

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam perilaku konsumsi masyarakat, terutama di sektor makanan dan minuman. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pada pertengahan tahun 2025, terdapat 229,4 juta pengguna internet di Indonesia, yang setara dengan penetrasi sekitar 80,66% dari total penduduk. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas masyarakat, termasuk konsumsi makanan dan minuman, kini banyak dilakukan secara daring melalui perangkat digital. Kebiasaan ini membuat masyarakat semakin terbiasa memilih layanan yang cepat dan mudah diakses, sehingga mendorong pelaku usaha kuliner untuk terus meningkatkan pelayanan digital guna memenuhi kebutuhan konsumen [1]. Peningkatan tingkat penetrasi internet di Indonesia dari tahun 2023 hingga 2025 dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2023 – 2025 [1]

Sumber: APJII, 2025

Berdasarkan Gambar 1.1, persentase penduduk Indonesia yang menggunakan internet menunjukkan peningkatan 78,19% pada tahun 2023, 79,50% pada tahun 2024, dan 80,66% pada tahun 2025. Tren tersebut menunjukkan bahwa penggunaan internet semakin meluas di kalangan masyarakat Indonesia dari tahun

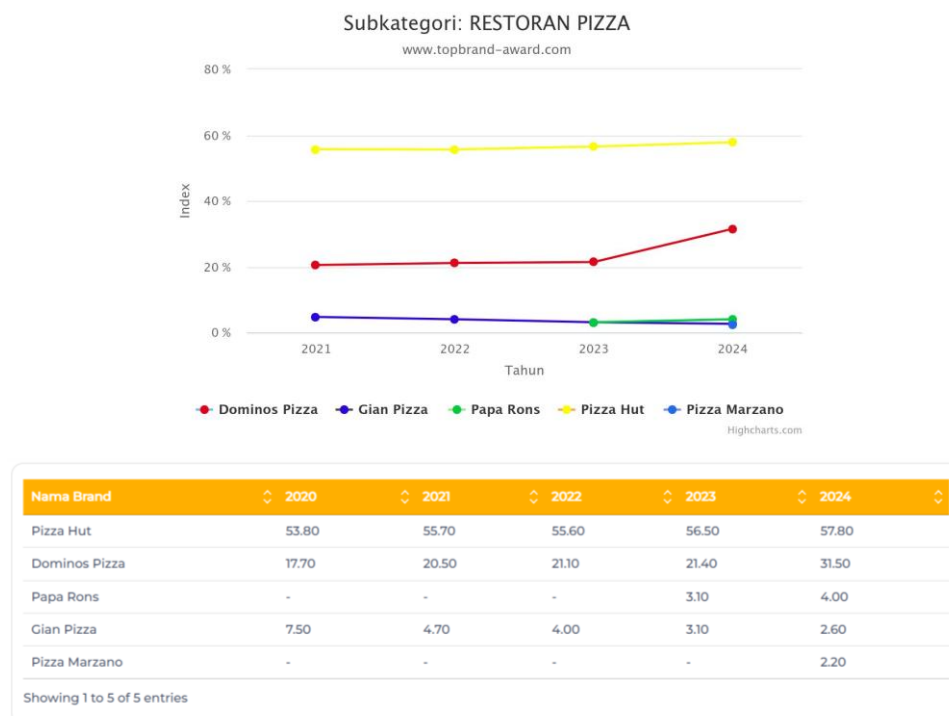
ke tahun. Semakin luasnya penggunaan internet turut membuka peluang bagi masyarakat untuk memanfaatkan berbagai layanan digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bentuk pemanfaatan tersebut terlihat pada semakin berkembangnya layanan pemesanan dan pengantaran makanan secara daring (*online food delivery*) di Indonesia.

Sejalan dengan perkembangan penggunaan internet tersebut, layanan *online food delivery* di Indonesia juga menunjukkan tren pertumbuhan. Berdasarkan data Momentum Works, nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) layanan *online food delivery* di Indonesia meningkat dari US\$4,6 miliar pada tahun 2023 menjadi US\$5,4 miliar pada tahun 2024, kemudian kembali meningkat hingga mencapai US\$6,4 miliar pada tahun 2025 [2]. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin besarnya aktivitas pemesanan makanan melalui platform digital di Indonesia, sehingga layanan *online food delivery* menjadi salah satu bagian penting dalam perkembangan layanan digital pada sektor makanan dan minuman.

Perubahan ini menunjukkan bahwa layanan digital semakin menjadi bagian dari kebutuhan konsumen dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam pemesanan makanan. Tren penggunaan aplikasi yang terus meningkat membuat masyarakat lebih mengutamakan layanan yang cepat, mudah, dan praktis. Pada era saat ini setiap perusahaan khususnya di bidang kuliner harus mampu bersaing secara sehat dengan produk atau jasa yang dimilikinya, salah satunya dengan cara menyediakan aplikasi *mobile* layanan pesan antar [3]. Kemudahan penggunaan aplikasi pengiriman makanan *online*, didukung oleh beragam pilihan menu yang mudah diakses melalui *platform* pengiriman makanan *online*, telah memengaruhi gaya hidup masyarakat dan meningkatkan niat untuk menggunakan aplikasi ini dalam kehidupan sehari-hari [4]

Domino's Pizza menjadi salah satu perusahaan makanan cepat saji yang berfokus pada penguatan layanan digital dan sistem pengantaran. Domino's Pizza sudah sejak lama memimpin di ranah layanan pengantaran (*delivery*). Saat pandemi melanda dan konsumen mulai beralih ke layanan praktis tanpa harus makan di tempat, Domino's justru semakin memperkuat keunggulannya dengan menghadirkan aplikasi pemesanan yang mudah digunakan, fitur pelacakan *real-time*, dan program loyalitas berbasis data [5]. Perkembangan teknologi digital telah

mengubah pola perilaku konsumen dalam memesan makanan, termasuk beralih dari pemesanan langsung ke layanan berbasis aplikasi *mobile*.



Gambar 1.2 Data Survey Kategori Restoran Pizza 2021-2024 [6]

Sumber: Top Brand Award (2024)

Data *Top Brand Award* kategori Restoran Pizza tahun 2021–2024 yang ditampilkan pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa Domino’s Pizza mengalami peningkatan indeks merek secara konsisten. Pada tahun 2021, indeks Domino’s berada pada kisaran 20%, kemudian meningkat menjadi sekitar 21% pada tahun 2022 dan 2023, serta mencapai sekitar 30% pada tahun 2024. Meskipun masih berada di bawah Pizza Hut yang berada pada kisaran 55–58%, peningkatan tersebut menunjukkan adanya penguatan posisi merek Domino’s Pizza di pasar restoran pizza nasional [6]. Kondisi ini menunjukkan bahwa Domino’s Pizza memiliki perkembangan yang positif dan relevan untuk dikaji dalam konteks layanan pemesanan makanan berbasis digital.

Selain menunjukkan perkembangan merek yang konsisten, pemilihan aplikasi Domino’s Pizza sebagai objek penelitian didasarkan pada karakteristik layanan pemesanan makanan yang dimilikinya. Layanan *online food delivery* di Indonesia banyak difasilitasi oleh platform pihak ketiga (*aggregator*), seperti GoFood,

GrabFood, dan ShopeeFood, yang menyediakan berbagai pilihan restoran dalam satu platform. Di sisi lain, sejumlah restoran juga mengembangkan aplikasi pemesanan milik sendiri (*single-brand application*) sebagai kanal penjualan langsung (*direct channel*) kepada konsumen. Domino's Pizza merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan aplikasi pemesanan sendiri, meskipun produknya tetap tersedia melalui berbagai platform pihak ketiga. Karakteristik tersebut menjadikan aplikasi Domino's Pizza relevan untuk dikaji karena memberikan konteks yang lebih spesifik, yaitu layanan pemesanan yang berfokus pada satu merek restoran, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*Continuance Intention*).

Berkaitan dengan hal tersebut, pemilihan aplikasi Domino's Pizza juga didasarkan pada masih adanya keterbatasan konteks dalam penelitian terdahulu. Penelitian Kurniawan et al. [14] membahas *Satisfaction* dan *Continuance Intention* pada layanan *online food delivery* berbasis *aggregator* yang menyediakan berbagai pilihan restoran dalam satu platform, sedangkan kajian pada aplikasi pemesanan milik satu merek restoran (*single-brand application*) masih terbatas. Perbedaan konteks tersebut memberikan ruang untuk melihat penerapan model UTAUT2 yang diintegrasikan dengan ECM dan faktor *bandwagoning* pada layanan pemesanan makanan yang lebih spesifik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan model penelitian sebelumnya dari konteks layanan *online food delivery* berbasis *aggregator* ke konteks aplikasi pemesanan makanan berbasis satu merek (*single-brand application*).

Selain itu, aplikasi Domino's Pizza juga memperoleh rating yang relatif tinggi berdasarkan informasi pada Google Play Store dengan jumlah ulasan pengguna yang cukup besar. Rating tersebut menunjukkan penilaian pengguna secara umum yang cenderung positif, sedangkan banyaknya ulasan menunjukkan adanya beragam pengalaman pengguna yang disampaikan melalui platform tersebut. Aplikasi Domino's Pizza juga dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung, seperti promo dan potongan harga, pilihan metode pembayaran non-tunai, serta fitur *Online Tracking*, yang secara umum dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna selama proses pemesanan.

Meskipun memperoleh rating yang relatif tinggi, berdasarkan hasil observasi digital terhadap sejumlah ulasan pengguna di Google Play Store yang didokumentasikan pada Lampiran 1.3, masih ditemukan beberapa keluhan dalam penggunaan aplikasi Domino's Pizza. Keluhan tersebut antara lain berkaitan dengan kecepatan aplikasi, proses *login*, ketidaksesuaian estimasi waktu pengantaran dengan kondisi aktual, serta akurasi fitur *Online Tracking*. Temuan tersebut tidak digunakan untuk menyimpulkan bahwa kualitas aplikasi Domino's Pizza secara keseluruhan buruk, tetapi menunjukkan bahwa masih terdapat pengalaman penggunaan tertentu yang perlu diperhatikan.

Adanya rating yang relatif tinggi disertai dengan perbedaan pengalaman pengguna tidak menunjukkan bahwa aplikasi Domino's Pizza memiliki kualitas yang buruk, melainkan menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan dapat berbeda antar pengguna. Kondisi tersebut menjadi relevan dalam kajian penggunaan berkelanjutan karena keputusan pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi tidak hanya ditentukan oleh penilaian aplikasi secara umum, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, pengalaman selama menggunakan aplikasi, kepuasan, serta informasi digital yang diperoleh pengguna. Oleh karena itu, diperlukan analisis mengenai faktor - faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*Continuance Intention*) aplikasi Domino's Pizza dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi.

Penggunaan teknologi yang diadopsi pada aplikasi Domino's Pizza akan diuji menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi sesuai dengan konteks penelitian. UTAUT2 merupakan model yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna dan banyak dimanfaatkan dalam penelitian terkait adopsi suatu teknologi. Model UTAUT2 merupakan pengembangan dari model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh et al.

Model UTAUT [7] terdiri atas empat variabel utama, yaitu *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), *Social*

Influence (pengaruh sosial), dan *Facilitating Conditions* (kondisi yang mendukung), yang digunakan untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi. Selanjutnya, model UTAUT dikembangkan menjadi UTAUT2 [8] untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. Pengembangan tersebut dilakukan dengan menambahkan tiga variabel, yaitu *Hedonic Motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), dan *Habit* (kebiasaan).

Dalam penelitian ini, model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) diintegrasikan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM). Secara konseptual, ECM terdiri atas empat variabel utama, yaitu *Confirmation*, *perceived usefulness*, *Satisfaction*, dan *Continuance Intention*. Model ECM menjelaskan bahwa niat penggunaan berkelanjutan dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan awal pengguna dengan kinerja aktual sistem (*Confirmation*), yang kemudian memengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kepuasan pengguna (*Satisfaction*), sehingga pada akhirnya membentuk *Continuance Intention* [9].

Namun demikian, dalam penelitian ini variabel *perceived usefulness* tidak disertakan secara terpisah karena secara konseptual telah terwakili oleh *performance expectancy* dalam model UTAUT2. Kedua konstruk tersebut sama-sama mengukur persepsi individu terhadap manfaat dan kegunaan sistem dalam meningkatkan efektivitas aktivitas pengguna [10]. Untuk menghindari terjadinya tumpang tindih konstruk dan menjaga kesederhanaan model penelitian, *perceived usefulness* dihapus dari struktur model, sementara variabel ECM yang digunakan secara langsung adalah *Confirmation* dan *Satisfaction*, dengan *Continuance Intention* sebagai variabel dependen utama.

Selain itu, penelitian ini juga mengintegrasikan pengaruh *bandwagoning effect*, yaitu kecenderungan individu untuk mengadopsi suatu produk atau layanan karena banyak orang lain juga menggunakannya. Dalam penelitian terdahulu, *bandwagoning effect* sering dikaitkan dengan pengaruh sosial dalam lingkungan digital, seperti keberadaan *Online Review*, *Online Rating*, jumlah pengguna, maupun tingkat popularitas suatu platform. Beberapa studi menunjukkan bahwa

semakin tinggi eksposur terhadap opini mayoritas atau tren penggunaan, semakin besar kecenderungan individu untuk mengikuti keputusan tersebut, yang pada akhirnya dapat memengaruhi niat adopsi maupun niat penggunaan berkelanjutan suatu teknologi [11]. Oleh karena itu, *bandwagoning effect* dipandang sebagai faktor sosial eksternal yang dapat memperkuat pengaruh konstruk dalam UTAUT2 maupun membentuk kepuasan dan *Continuance Intention* dalam kerangka ECM.

Berdasarkan hasil studi literatur terhadap 30 artikel jurnal mengenai penerimaan dan penggunaan aplikasi pemesanan makanan berbasis digital, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) untuk menganalisis penerimaan dan perilaku penggunaan aplikasi digital. Penelitian-penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi aplikasi pemesanan makanan berbasis digital. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada niat awal pengguna dalam mengadopsi teknologi dari perspektif penerimaan sistem. Sementara itu, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, perlu juga mempertimbangkan pengalaman pengguna setelah penggunaan awal serta aspek kualitas sistem dan layanan dalam menganalisis penggunaan aplikasi Domino's Pizza secara menyeluruh.

Selain itu, beberapa penelitian telah mengintegrasikan UTAUT2 dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) untuk menjelaskan perilaku pengguna setelah tahap adopsi awal. Model ECM menekankan pentingnya kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman aktual pengguna (*Confirmation*) dalam membentuk *Satisfaction* yang memengaruhi penggunaan lanjutan. Kombinasi UTAUT2 dan ECM dinilai mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif karena menghubungkan faktor penerimaan teknologi dengan evaluasi pasca penggunaan [10].

Di samping itu, pengaruh sosial juga menjadi aspek yang relevan dalam penggunaan aplikasi pemesanan makanan berbasis digital. Salah satu bentuk pengaruh sosial tersebut adalah *bandwagoning effect*, yang menunjukkan mekanisme sosial di mana pengguna cenderung mengikuti keputusan kolektif berdasarkan tren ulasan positif maupun negatif [12]. Dalam konteks aplikasi

digital, fenomena *bandwagoning* dapat tercermin melalui berbagai informasi dan fitur yang memengaruhi persepsi pengguna, seperti *Online Review*, *Online Rating*, dan *Online Tracking*. Namun demikian, penelitian yang mengkaji penggunaan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi melalui integrasi dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) serta penambahan faktor *bandwagoning* yang direpresentasikan melalui variabel *Online Review*, *Online Rating*, dan *Online Tracking*, khususnya pada aplikasi pemesanan makanan berbasis digital milik satu merek restoran (*single-brand*) seperti Domino's Pizza, masih terbatas. Oleh karena itu, penggabungan UTAUT2, ECM, dan faktor *bandwagoning* dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*Continuance Intention*) aplikasi Domino's Pizza.

Untuk mengisi kesenjangan tersebut, skripsi ini menganalisis *Continuance Intention* pada aplikasi Domino's Pizza dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi melalui integrasi dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) serta penambahan faktor *bandwagoning*. Dalam penelitian ini, ECM digunakan melalui variabel *Confirmation* dan *Satisfaction* untuk menjelaskan evaluasi pengguna setelah menggunakan aplikasi, di mana *Confirmation* memengaruhi *Satisfaction* yang selanjutnya berpengaruh terhadap *Continuance Intention*. Sementara itu, variabel UTAUT2 yang digunakan meliputi *performance expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *price-saving orientation*, dan *Habit*. Adapun faktor *bandwagoning* direpresentasikan melalui variabel *Online Review*, *Online Rating*, dan *Online Tracking* yang digunakan untuk melihat pengaruh informasi dan fitur digital terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Domino's Pizza.

Penelitian ini tidak hanya membahas aspek penerimaan aplikasi dari sudut pandang teknologi, tetapi juga menekankan pengalaman pasca penggunaan serta pengaruh sosial yang berperan dalam membentuk penggunaan berkelanjutan. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis

bagi pengembangan kajian mengenai penggunaan berkelanjutan teknologi pada aplikasi restoran berbasis digital, sekaligus menjadi dasar rekomendasi bagi Domino's Pizza dalam meningkatkan kualitas sistem dan layanan, meningkatkan kepuasan pengguna, serta mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Domino's Pizza.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana hasil analisis faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan aplikasi Domino's Pizza dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian perumusan masalah yang telah dipaparkan, dalam skripsi ini terdapat batasan-batasan masalah, antara lain:

1. Penggunaan model dalam penelitian ini dibatasi pada *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi melalui integrasi dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) serta dengan menyertakan faktor *bandwagoning effect*
2. Model UTAUT2 yang dimodifikasi dalam penelitian ini dikembangkan melalui integrasi sebagian konstruk dari *Expectation Confirmation Model* (ECM) serta penambahan faktor *bandwagoning*. Secara konseptual, ECM terdiri dari empat variabel, yaitu *Confirmation*, *perceived usefulness*, *Satisfaction*, dan *Continuance Intention*. Namun, dalam penelitian ini variabel *perceived usefulness* tidak disertakan secara terpisah karena secara konseptual telah terwakili oleh *performance expectancy* dalam UTAUT2. Hal ini dilakukan untuk menghindari tumpang tindih antar konstruk serta menjaga kesederhanaan model penelitian. Dengan demikian, variabel yang digunakan dalam model penelitian meliputi *performance expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *price-saving orientation*, *Confirmation*, *Satisfaction*, dan *Continuance Intention*. Selain itu,

penelitian ini menambahkan faktor *bandwagoning* yang direpresentasikan melalui tiga variabel, yaitu *Online Review*, *Online Rating*, dan *Online Tracking*, yang masing-masing diuji pengaruhnya terhadap *Continuance Intention*.

3. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk mengukur hubungan antar variabel yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan aplikasi.
4. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, yaitu pemilihan responden secara acak sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian.
5. Responden penelitian ini terdiri dari pengguna aplikasi Domino's Pizza yang sudah pernah melakukan pemesanan menggunakan aplikasi tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, skripsi ini bertujuan untuk menganalisis niat penggunaan berkelanjutan (*Continuance Intention*) aplikasi Domino's Pizza di Indonesia melalui penerapan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi dengan mengintegrasikan *Expectation Confirmation Model* (ECM) serta menambahkan faktor *bandwagoning effect* dalam menjelaskan keberlanjutan penggunaan aplikasi Domino's Pizza.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teori maupun praktik, sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pengguna terhadap aplikasi Domino's Pizza, sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai alasan pengguna memilih untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.
2. Memberikan dasar dalam pengembangan strategi pengelolaan dan pemasaran aplikasi Domino's Pizza dengan memahami faktor-faktor

yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan, sehingga dapat mendukung peningkatan retensi dan loyalitas pengguna.

3. Memberikan masukan bagi Domino's Pizza dalam meningkatkan kualitas aplikasi melalui pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan pengalaman pengguna, agar aplikasi semakin sesuai dengan harapan pengguna dan digunakan secara berkelanjutan.
4. Memberikan kontribusi sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi restoran atau layanan pemesanan makanan berbasis digital.

1.5. Relevansi Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan suatu kesatuan komponen yang terintegrasi untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyajikan informasi guna mendukung operasional serta pengambilan keputusan dalam organisasi. Aktivitas utama dalam sistem informasi meliputi input, proses, dan output yang menghasilkan informasi yang dibutuhkan untuk mengendalikan operasi, menganalisis permasalahan, serta menciptakan produk maupun layanan baru. Secara akademis, sistem informasi merupakan bidang multidisiplin yang tidak didominasi oleh satu perspektif tunggal. Bidang sistem informasi umumnya dibagi menjadi dua pendekatan utama, yaitu pendekatan teknis (*technical approaches*) yang berfokus pada kualitas teknologi dan desain sistem, serta pendekatan perilaku (*behavioral approaches*) yang berfokus pada perilaku, penerimaan, dan interaksi pengguna terhadap sistem. Hubungan kedua pendekatan tersebut dalam bidang Sistem Informasi dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Pendekatan Manajemen Sistem Informasi [13]

Sumber: Kenneth C. Laudon & Jane P. Laudon (2010)

Relevansi topik skripsi ini dengan bidang Sistem Informasi terletak pada analisis penggunaan berkelanjutan aplikasi pemesanan makanan digital milik Domino's Pizza yang berkaitan erat dengan kedua pendekatan tersebut. Dari perspektif *technical approaches*, aplikasi sebagai sistem informasi berbasis layanan harus mampu menyediakan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan yang andal agar dapat mendukung proses pemesanan serta pengantaran secara efektif dan efisien. Kualitas teknis tersebut menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pengguna dan keberlanjutan pemanfaatan sistem.

Sementara itu, dari perspektif *behavioral approaches*, penerimaan pengguna dan pengalaman pasca penggunaan menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan aplikasi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi dengan mengintegrasikan konstruk pasca penggunaan dari *Expectation Confirmation Model* (ECM) serta pengaruh faktor sosial berupa *bandwagoning effect* yang direpresentasikan melalui *Online Review*, *Online Rating*, dan *Online Tracking* dalam menjelaskan keputusan penggunaan berkelanjutan.

Keberhasilan suatu sistem informasi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi atau jumlah pengguna, tetapi juga oleh sejauh mana sistem tersebut diterima, memberikan kepuasan, dan digunakan secara berkelanjutan oleh penggunanya. Oleh karena itu, skripsi ini memiliki relevansi yang kuat dengan bidang Sistem Informasi karena menekankan pentingnya keterpaduan antara kualitas teknologi, pengalaman pengguna, serta pengaruh sosial dalam menentukan keberhasilan implementasi sistem informasi berbasis layanan digital.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan arah dan kejelasan dalam penyusunan skripsi agar pembahasan tetap terfokus pada tujuan penelitian. Dengan sistematika yang tersusun secara runtut, setiap bagian dalam skripsi dapat saling berkaitan dan mendukung satu sama lain sehingga membentuk suatu kesatuan pembahasan yang utuh. Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini disajikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, relevansi sistem informasi, serta sistematika penulisan. Bab pendahuluan bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai alasan dilaksanakannya penelitian dan permasalahan yang menjadi fokus kajian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan dalam bab ini meliputi penggunaan aplikasi digital di sektor layanan makanan berbasis aplikasi, khususnya aplikasi pemesanan makanan milik restoran seperti aplikasi Domino's Pizza, konsep penerimaan pengguna, teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dan *Expectation Confirmation Model* (ECM), metode SEM-PLS, serta penelitian sebelumnya dengan karakteristik yang sejenis. Bab ini disusun sebagai dasar teoretis dan referensi akademis dalam mendukung analisis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam menganalisis niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Domino's Pizza. Pembahasan dalam bab ini mencakup alur penelitian, studi literatur, identifikasi masalah, penentuan model konseptual, penyusunan hipotesis, penentuan populasi dan sampel, penyusunan instrumen penelitian, penyebaran pra kuesioner, uji validitas dan reliabilitas, penyebaran kuesioner, pengolahan dan analisis data, serta penarikan kesimpulan dan saran. Penyusunan metodologi penelitian ini bertujuan agar proses penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan terstruktur sehingga hasil penelitian dapat diperoleh secara jelas dan terarah.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penelitian, baik berupa buku, jurnal ilmiah, artikel,

maupun sumber lain yang relevan. Penulisan daftar pustaka disusun sesuai dengan format yang berlaku guna memudahkan pembaca dalam menelusuri sumber rujukan.

LAMPIRAN

Bagian lampiran memuat berbagai bahan pendukung yang berkaitan dengan pembahasan utama, namun tidak disajikan secara langsung dalam isi bab karena berfungsi sebagai pelengkap. Isi lampiran meliputi instrumen pengumpulan data, hasil pengujian kualitas instrumen, data pendukung dari responden, serta tampilan tabel dan visualisasi yang digunakan dalam proses pengolahan data. Keberadaan lampiran dimaksudkan untuk memberikan penjelasan tambahan serta membantu pembaca memahami proses dan teknik analisis yang digunakan secara lebih rinci.