

**PENGARUH KEGUNAAN YANG DIPERSEPSIKAN DAN
KENIKMATAN TERHADAP KESINAMBUNGAN NIAT LANJUTAN
YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PADA PENGGUNA
INSTAGRAM DI KOTA PADANG**



OLEH :

SALSHABILA TYAS AYU WIRANTI

1910011211041

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

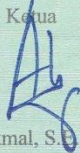
PENGARUH KEGUNAAN YANG DIPERSEPSIKAN DAN KENIKMATAN
TERHADAP KESINAMBUNGAN NIAT LANJUTAN YANG DI MEDIASI OLEH
KEPUASAN PADA PENGGUNA INTAGRAM DI KOTA PADANG

Oleh

Nama : Salshabila Tyas Ayu Wiranti
NPM : 1910011211041

Tim Penguji

Ketua



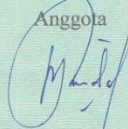
Dr. Akmal, S.E., M.Si.

Sekretaris



Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D

Anggota



Irda, S.E., MA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana **Manajemen** Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 21 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

JUDUL SKRIPSI

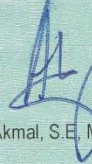
PENGARUH KEGUNAAN YANG DIPERSEPSIKAN DAN KENIKMATAN TERHADAP
KESINAMBUNGAN NIAT LANJUTAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PADA
PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA PADANG

Nama : Salshabila Tyas Ayu Wiranti
NPM : 1910011211041

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 15 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing



Dr. Akmal, S.E., M.Si

Ketua Program Studi



Linda Wati, S.E., M.Si

PENGARUH KEGUNAAN YANG DIPERSEPSIKAN DAN KENIKMATAN TERHADAP KESINAMBUNGAN NIAT LANJUTAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA PADANG

Salshabila Tyas Ayu Wiranti¹, Akmal²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : sbilla773@gmail.com, drakmal210@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kegunaan yang dipersepsikan dan kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan yang di mediasi oleh kepuasan pada pengguna instagram. Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menguji 7 hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Data diperoleh dari 97 responden yang secara langsung menggunakan aplikasi instagram. Kuisisioner online melalui google form digunakan untuk mengumpulkan data. Pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh negatif terhadap kepuasan, kenikmatan berpengaruh positif terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh negatif terhadap kesinambungan niat lanjutan, kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh positif terhadap kesinambungan niat lanjutan, kenikmatan berpengaruh positif terhadap kesinambungan niat lanjutan, kepuasan tidak memediasi kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan, kepuasan tidak memediasi hubungan kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan.

Kata Kunci : Kegunaan Yang Dipersepsikan, Kenikmatan, Kesinambungan Niat Lanjutan, Kepuasan.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of perceived usefulness and enjoyment on the continuance intention to use mediated by satisfaction with Instagram users. Quantitative analysis techniques were used to test 7 hypotheses through a survey using a five-point Likert scale. The sampling technique in this study was purposive sampling. Data were obtained from 97 respondents who directly used the Instagram application. Online questionnaire via google form is used to collect data. The influence between determinants was analyzed using SmartPLS 4.0 software. The results showed that perceived usefulness has a negative effect on satisfaction, enjoyment has a positive effect on satisfaction, satisfaction has a negative effect on continuance intention to use, perceived usefulness has a positive effect on continuance of continuance intention to use, enjoyment has a positive effect on continuance intention to use, satisfaction does not mediate perceived usefulness on the continuance intention to use, satisfaction does not mediate the enjoyment relationship on the continuance intention to use.

Keywords : Perceived Usefulness, Enjoyment, Continue Intention To Use, Satisfaction

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	2
ABSTRAK.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Kesenambungan Niat Lanjutan.....	23
2.1.2 Kegunaan Yang Dipersepsikan	25
2.1.3 Kenikmatan	26
2.1.4 Kepuasan	28
2.2 Pengembangan Hipotesis	30
2.2.1 Pengaruh kegunaan yang dipersepsikan terhadap kepuasan	30
2.2.2 Pengaruh kenikmatan terhadap kepuasan	31
2.2.3 Pengaruh kepuasan terhadap kesinambungan niat lanjutan	32
2.2.4 Pengaruh kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan Niat lanjutan	33
2.2.5 Pengaruh kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan.....	34

2.2.6 Pengaruh kepuasan memediasi hubungan antara Kegunaan yang dirasakan terhadap kesinambungan niat lanjutan.....	34
2.2.7 Pengaruh kepuasan memediasi hubungan antara kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan	35
2.3 Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4 Definisi Operasional	39
3.4.1 Kesinambungan Niat Lanjutan.....	39
3.4.2 Kegunaan Yang Dipersepsikan	39
3.4.3 Kenikmatan	40
3.4.4 Kepuasan.....	41
3.5 Pengukuran Instrumen	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif	42
3.6.2 Analisis SEM-PLS	44
3.6.2.1 Measurement Model Assessment(SMA)	44
3.6.2.2 Convergent Validity	44
3.6.2.3 Discriminant Validity.....	45
3.6.3 R Square dan Q Square.....	45
3.6.4 Structural Model Assesement (SMA).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Respon Rate Responden.....	49
4.1.2 Profil Responden.....	50
4.2 Analisis Deskriptif	51

4.2.1. Kegunaan Yang Dipersepsikan	51
4.2. 2 Kenikmatan	52
4.2.3 Kepuasan	53
4.2.4 Kesenambungan Niat Lanjutan.....	54
4.3 <i>Measurement Model Assesement (MMA)</i>	55
4.3.1 <i>Convergetn Validity</i>	55
4.3.2 <i>Discriminat Validity</i>	63
4.4 <i>SMA: R Square dan Q Square</i>	66
4.5 Structural Model Assesement	68
4.6 Pembahasan.....	72
4.6.1 Pengaruh kegunaan yang dipersepsikan terhadap kepuasan.....	72
4.6.2 Pengaruh kenikmatan terhadap kepuasan	74
4.6.3 Pengaruh kepuasan erhadap kesinambungan niat lanjutan	76
4.6.4 Pengaruh kegunaan yang dipersepsikan terhadap Kesenambungan niat lanjutan.....	78
4.6.5 Pengaruh kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan.....	79
4.6.6 Pengaruh kepuasan memediasi hubungan antara Kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan Niat lanjutan	81
4.6.7 Pengaruh kepuasan memediasi hubungan antara Kenikmatan terhadap harapan kesinambungan niat Niat lanjutan	83

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Implikasi Praktis	87
5.3 Keterbatasan dan Saran	88

DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 <i>Measurement Model Assesment</i>	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Aplikasi Seluler Sosial.....	16
Tabel 1.2 Data Pengguna Instagram.....	18
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen	42
Tabel 3.2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	44
Tabel 3.3 Kriteria R Square	46
Tabel 3.4 Kriteria Q Square	46
Tabel 4.1 <i>Tingkat Responden Penelitian</i>	49
Tabel 4.2 Profil Responden.....	50
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Kegunaan Yang Dipersepsikan.....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kenikmatan	53
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan.....	54
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kesenambungan Niat Lanjutan	54
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Outer Loading Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan AVE Kesenambungan Niat Lanjutan.....	56
Tabel 4.8 Hasil Analisis <i>Outer Loading Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan AVE Kegunaan Yang Dipersepsikan (Tahap 1)	57
Tabel 4.9 Hasil Analisis <i>Outer Loading Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan AVE Kegunaan Yang Dipersepsikan (Tahap 2)	58
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Outer Loading Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan AVE Kenikmatan	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Outer Loading Cronbach's Alpha Composite Reliability</i> Dan AVE Kepuasan (Tahap 1).....	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Outer Loading Cronbach's Alpha Composite Reliability</i> Dan AVE Kepuasan (Tahap 2).....	62
Tabel 4.13 <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Fornell Larcker Criterion</i>	63
Tabel 4.14 <i>Discriminant validity</i> dengan Metode <i>Cross loading</i>	64
Tabel 4.15 <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Heterotrait Monotrait Ratio</i> ...	65

Tabel 4.16 <i>R Square dan Q Square</i>	67
Tabel 4.17 Hasil <i>Bootstapping</i>	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan era globalisasi saat ini. Kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan utama dalam masyarakat setelah kebutuhan primer. Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah teknologi jaringan internet. Internet hadir dengan keragaman fungsi khususnya yang mendukung kebutuhan informasi. Perkembangan teknologi informasi tersebut mampu mengubah paradigma masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi, yang tidak lagi terbatas pada informasi surat kabar, audio visual dan elektronik. Tetapi juga sumber-sumber informasi lainnya yang salah satu diantaranya melalui jaringan internet (Husaini, 2014).

Pemanfaatan internet sudah lebih jauh dan bukan hanya untuk komunikasi saja melainkan juga untuk memesan transportasi, berbisnis, berkarya bahkan juga bisa untuk membeli suatu barang. Saat ini telah terjadi peningkatan penggunaan internet pada aplikasi seluler sosial. Dengan jumlah pengguna yang terus bertambah menjadikan aplikasi seluler sosial sangat populer di berbagai negara, baik negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia (Akdin et al, 2022).

Aplikasi seluler sosial adalah aplikasi perangkat lunak berbasis perangkat seluler (misalnya, ponsel pintar atau tablet) dengan layanan berbasis lokasi yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan orang lain secara terus menerus melalui jaringan nirkabel (Qin et al . . , 2016). Aplikasi ini

memungkinkan penggunanya untuk berbagi pengalaman, foto, rekomendasi, dll. dengan jejaring sosial mereka ke mana pun mereka pergi (De Oliveira et al., 2016).

Pergeseran menuju Aplikasi seluler meningkatkan keterlibatan pengguna (Bilro dan Lour eiro, 2020), mungkin karena gagasan “takut ketinggalan”, yang menggambarkan perasaan terus-menerus yang mendorong individu untuk menghabiskan banyak waktu di Aplikasi seluler sosial di agar tidak melewatkan kesempatan penting untuk bersosialisasi (Schrock, 2015). Pertumbuhan pasar Aplikasi seluler sosial sangat fenomenal; 91% dari semua pengguna media sosial mengakses saluran sosial melalui perangkat seluler. Demikian pula, hampir 80% dari total waktu yang dihabiskan di situs jejaring sosial. diteruskan pada ponsel (Mohsin, 2020). Salah satu aplikasi yang digunakan oleh pengguna adalah aplikasi instagram. Instagram merupakan aplikasi seluler sosial yang memberikan layanan dalam bentuk foto atau video secara online. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, Instagram telah memiliki 1,38 miliar pengguna aktif pada Oktober 2022.

Tabel 1.1
Data Aplikasi Seluler Sosial

No.	Nama	Nilai/pengguna aktif
1.	Facebook	2.934.000.000
2.	Youtube	2.515.000.000
3.	Whatsapp	2.000.000.000
4.	Instagram	1.386.000.000
5.	Wechat	1.299.000.000
6.	Tiktok	1.000.000.000
7.	FB messenger	976.000.000
8.	Telegram	700.000.000
9.	Douyin	613.000.000
10.	Kuaishou	587.000.000
11.	Sina weibo	582.000.000
12.	Snapchat	576.000.000
13.	Qq	569.000.000
14.	Twitter	544.000.000
15.	Pinterest	433.000.000

Sumber : databoks.katadata.co.id

Facebook telah memiliki 2,93 miliar pengguna aktif pada Oktober 2022. Capaian ini menjadikan Facebook sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia. Youtube berada di peringkat kedua dengan jumlah pengguna aktif 2,51 miliar, diikuti Whatsapp 2 miliar, dan Instagram 1,38 miliar pengguna aktif.

Di urutan berikutnya ada Weixin/Wechat yang memiliki 1,29 miliar pengguna aktif, kemudian TikTok 1 miliar, Facebook Messenger 976 juta, Telegram 700 juta, dan Douyin 613 juta pengguna aktif. Sementara itu Twitter berada di urutan ke-14 dengan total 544 juta pengguna aktif, dan di bawahnya ada Pinterest dengan 433 juta pengguna aktif.

Secara keseluruhan, laporan ini menyebut ada 4,74 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia pada Oktober 2022. Jumlah ini setara dengan 59,3% dari total populasi global."Para pengguna ini umumnya menggunakan atau mengunjungi rata-rata 7,2 platform media sosial berbeda setiap bulan, dan menghabiskan rata-rata hampir 2,5 jam per hari menggunakan media sosial," kata We Are Social dalam *Digital 2022 October Global Statshot Report*.

"Dengan asumsi bahwa orang tidur antara 7 sampai 8 jam per hari, angka tersebut menunjukkan bahwa orang menghabiskan sekitar 15% hidup mereka untuk menggunakan media sosial,"

Menurut Sensor Tower (2019), Aplikasi seluler sosial adalah Aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Secara khusus, Facebook menduduki puncak daftar Aplikasi seluler sosial paling populer dalam hal jumlah pengguna aktif bulanan, dengan 2,85 miliar pengguna aktif, diikuti oleh YouTube (2,29 miliar pengguna aktif), dan di tempat keempat, Instagram

dengan 1,4 miliar. pengguna aktif (Statista, 2021). Namun, seiring tumbuhnya pasar Aplikasi seluler sosial, persaingan pun meningkat. Berikut adalah pengguna pada aplikasi instagram 2020-2022:

Tabel 1.2
Data Pengguna Instagram

No	Nama	Nilai/Juta Orang
1.	Q1-2020	1.734
2.	Q2-2020	1.785
3.	Q3-2020	1.820
4.	Q4-2020	1.845
5.	Q1-2021	1.878
6.	Q2-2021	1.911
7.	Q3-2021	1.930
8.	Q4-2021	1.929
9.	Q1-2022	1.961

Sumber: www.katadata.co.id , diakses pada 23 mei 2023

Popularitas media sosial Instagram semakin melejit. Hal ini tercermin dari jumlah penggunanya yang terus bertambah dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data Business of Apps, pengguna Instagram secara global sudah mencapai 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022. Jumlah itu meningkat 1,67% dari kuartal sebelumnya yang masih 1,92 miliar orang. Sedangkan jika dibanding kuartal I 2021, pertumbuhannya mencapai 4,42% dalam setahun.

Kesinambungan niat lanjutan adalah suatu perilaku adopsi pasca awal. Niat keberlanjutan bekerja dengan baik dalam memprediksi penggunaan sebenarnya dari suatu teknologi atau aplikasi. Setiap faktor yang mempengaruhi perilaku bertindak sebagai pengaruh tidak langsung melalui kelanjutan dalam niat (Limayem, et al 2007). Kesinambungan niat lanjutan ini berkaitan dengan rasa senang dan puas dalam menggunakan aplikasi seluler sosial (Anderson & Srinivasan, 2000). Weng et al, (2017) menyebutkan bahwa aplikasi seluler sosial memberikan manfaat dalam menggunakannya dan mendapatkan informasi yang berguna. Kesinambungan niat lanjutan sangat berpengaruh terhadap kepuasan, kenikmatan dan kegunaan yang dipersepsikan. Kesinambungan niat lanjutan memberikan kesenangan dan manfaat bagi pengguna dalam menggunakan aplikasi seluler sosial.

Kegunaan yang dipersepsikan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pada teknologi tersebut. Jika seseorang beranggapan bahwa teknologi berguna maka dia akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Kegunaan yang dipersepsikan pada aplikasi seluler sosial memberikan manfaat bagi konsumen dalam menggunakannya dan secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap aplikasi tersebut (Akdin, et al 2022). Aplikasi seluler sosial memberikan kegunaan yang dipersepsikan kepada pengguna dalam mendapatkan informasi dan berkesinambungan niat lanjutan menggunakan aplikasi seluler sosial tersebut.

Kenikmatan adalah suatu tingkatan dalam melakukan kegiatan yang dianggap memberikan kesenangan dan kebahagiaan dalam diri sendiri terlepas

dari konsekuensi kinerja (Monuwe, et al 2004). Ketika penggunaan teknologi membangkitkan kesenangan dan kenikmatan , hal ini dapat menghasilkan pergeseran dalam keadaan afektif pengguna, sehingga menciptakan perasaan positif yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan. Pengguna lebih termotivasi untuk melakukan atau mengulang aktivitas yang menyenangkan jika pengguna merasakan kenikmatan dalam menggunakan aplikasi seluler sosial dan akan terus menggunakannya.

Kepuasan itu sebagai penerimaan pengguna sistem informasi dan tingkat kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kepuasan sebagai kesenangan atau kepuasan yang dirasakan seorang ketika melakukan tindakan yang diinginkan (Shee & Wang, 2008). Kepuasan berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan dan kenikmatan yang dirasakan dengan memberikan informasi yang berguna terhadap hasil peningkatan kinerja dalam pengambilan keputusan dan merasakan senang dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kepuasan ini juga berkaitan dengan rasa senang dalam menggunakan aplikasi seluler sosial.

Dalam baris ini, pekerjaan ini mempertimbangkan kedua komponen dalam konteks baru (Aplikasi seluler sosial) untuk memberikan landasan teoretis komprehensif yang menjelaskan bagaimana pengguna terus menggunakan Aplikasi ini. Meskipun penelitian sebelumnya juga telah mengeksplorasi beberapa faktor penentu niat pengguna untuk terus menggunakan Aplikasi seluler ,tidak satu pun dari mereka yang mengevaluasi perbedaan potensial dalam pengaruh mereka di antara berbagai jenis Aplikasi.

Selain itu, mengikuti model keberlanjutan Information Systems (IS) (Bhattacharjee, 2001), kami menganggap kepuasan sebagai pendorong utama niat keberlanjutan untuk menggunakan (Bhattacharjee, 2001; Limayem et al., 2007). Berdasarkan pemaparan diatas penelitian ini menganalisis apakah kegunaan yang dirasakan dan kenikmatan ini dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi instagram, maka dari itu penelitian ini berjudul “ Pengaruh Kegunaan Yang Dipersepsikan dan Kenikmatan Terhadap Kesenambungan Niat Lanjutan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Dalam Penggunaan Instagram”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh terhadap kepuasan?
2. Apakah kenikmatan berpengaruh terhadap kepuasan?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan?
4. Apakah kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan?
5. Apakah kenikmatan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan?
6. Apakah kepuasan memediasi hubungan antara kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan?
7. Apakah kepuasan memediasi hubungan antara kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis apakah kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh terhadap kepuasan
2. Untuk menganalisis apakah kenikmatan berpengaruh terhadap kepuasan
3. Untuk menganalisis apakah kepuasan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan
4. Untuk menganalisis apakah kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan
5. Untuk menganalisis apakah kenikmatan berpengaruh terhadap kesinambungan niat lanjutan
6. Untuk menganalisis apakah kepuasan dapat memediasi hubungan antara kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan
7. Untuk menganalisis apakah kepuasan dapat memediasi hubungan antara kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diberikan melalui hasil penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk lebih memahami perilaku pengguna guna meningkatkan aktivitas pengguna yang dapat dilakukan khususnya kepuasan pengguna terhadap kegunaan yang dipersepsikan dan kenikmatan pengguna dalam menggunakan aplikasi instagram pada media sosial.