

PENGARUH HABIT, PERCIEVED USEFULNESS, DAN PERCIEVED ENJOYMENT TERHADAP CONTINUANCE INTENTION E-WALLET OVO DI BEKASI

Ratih Fitri Yatun¹, Sri Rahayu Puspita Sari²

¹Ekonomi / Manajemen, ratih.fitriyatun@gmail.com, Universitas Gunadarma

²Ekonomi / Manajemn, sr.rahavups@gmail.com, Universitas Gunadarma

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of habits, perceived benefits, and perceived enjoyment on the Continuance Intention of OVO e-wallet in Bekasi. The data used are primary data, using a questionnaire distributed to 100 OVO e-wallet users. The sampling technique used purposive sampling. The analytical tools used are validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression analysis, determinant test, f test and t test. The results showed that Habit had no effect on the Continuance Intention of OVO e-wallet in Bekasi. Percieved Effectiveness had an effect on the Continuance Intention of OVO e-wallet in Bekasi. Perceived enjoyment had an effect on the Continuance Intention of OVO e-wallet in Bekasi. Habit, Perceived Effectiveness, Perceived Enjoyment together had an effect on the Continuance Intention of OVO e-wallet in Bekasi.

Keywords: *habit, percieved usefulness, percieved enjoyment, percieved ease of use, continuance intention*

ABSTRAK

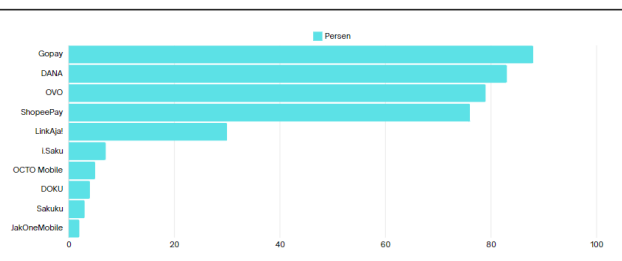
Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *habit, perceived usefulness, perceived enjoyment* terhadap *Continuance Intention e-wallet OVO* di Bekasi. Data yang digunakan adalah data primer, dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 pengguna e-wallet OVO. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear berganda, uji determinan, uji f dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet OVO* di Bekasi. *Percieved Usefulness* berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet OVO* di Bekasi. *Percieved enjoyment* berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet OVO* di Bekasi. *Habit, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet OVO* di Bekasi.

Kata Kunci: *habit, percieved usefulness, percieved enjoyment, percieved ease of use, continuance intention*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan penggunaan *Financial Technology* semakin meningkat dari tahun ke tahun. Financial Teknologi atau biasa disebut juga dengan FinTech merupakan salah satu alternatif layanan jasa keuangan secara praktis, efisien, nyaman dan ekonomis yang membuat gaya hidup masyarakat saat ini menjadi semakin mudah. Salah satu Jenis FinTech yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu E-Wallet atau biasa disebut dengan dompet digital. Dompet digital berperan menyediakan tempat penyimpanan uang secara elektronik bagi penggunaanya, juga dapat melakukan pencairan dan untuk transaksi di *marketplace, merchant app* dan semacamnya. Salah satu dompet digital yang banyak digunakan yaitu OVO. Terlihat dari gambar 1 dibawah ini, yang didapat dari hasil survei populix dalam artikel [10] bahwa E-wallet OVO termasuk kedalam 10 aplikasi e-wallet terpopuler di Indonesia.

10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia



Gambar 1. 10 Aplikasi E-Wallet terpopuler di Indonesia

Pasca pandemi covid-19 masyarakat menjadi terbiasa menggunakan teknologi, salah satunya dengan penggunaan e-wallet dalam tiap transaksi pembayaran ataupun kemudahan yang didapat dari penggunaan aplikasi sehingga mempengaruhi niat berkelanjutan dalam menggunakan aplikasi ini. Menurut hasil penelitian Bajarnahor dan Setyorini [17] bahwa variabel *habit*, *percieved usefulness*, *percieved enjoyment* berpengaruh terhadap *Continuance Intention*, sedangkan *percieved ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance intention*. Dalam hasil penelitian Tekaqnetha dan Rodhiah [7] menyatakan bahwa *habit*, *percieved usefulness* dan *percieved enjoyment* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention*, sedangkan *percieved ease of use* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Continuance intention*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Habit*

Menurut Gan, Chunmei; Liang, Xubin; and Yu, Xinyan dalam Tekaqnetha dan Rodiah [7] *Habit* adalah urutan tindakan yang dipelajari yang telah menjadi respons otomatis terhadap situasi tertentu, yang mungkin fungsional dalam mencapai tujuan atau keadaan akhir tertentu.

2.2 *Percieved Usefulness*

Menurut Kim, B dalam Tekaqnetha dan Rodhiah [7] *Percieved Usefulness* diartikan sejauh mana pengguna percaya untuk dapat meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan yaitu dengan menggunakan sistem informasi. Indikator dalam persepsi kegunaan sistem informasi seperti: *makes job easier* (membuat pekerjaan lebih mudah), *usefull* (bermanfaat), *Effectiveness* (meningkatkan efektivitas), *Improve Job Performance* (meningkatkan kinerja pekerjaan), *Work More Quickly* (bekerja lebih cepat) [13]

2.3 *Percieved Enjoyment*

Menurut Hsiao, K.L dalam Tekaqnetha dan Rhodiah [7] *Percieved Enjoyment* diartikan sebagai kesenangan subjektif yang dirasakan individu ketika terlibat dalam perilaku atau aktivitas tertentu. Menurut Van de Heijden dalam Bongso, dkk [14] *Percieved Enjoyment* diartikan sebagai sejauh mana kegiatan atau layanan ditawarkan oleh suatu sistem atau teknologi dianggap oleh diri sendiri menyenangkan, terlepas dari konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi.

2.4 *Continuance Intention*

Menurut Bhattacharjee dalam Tekaqnetha dan Rodhiah [7] mengatakan bahwa *Continuance Intention* adalah penggunaan berkelanjutan sistem informasi oleh pengadopsi dimana keputusan kelanjutan mengikuti keputusan kelanjutan mengikuti keputusan penerimaan awal. Tiga indikator *continuance intention* yaitu *intend* (berniat), *Plan* (berencana), *will* (akan) [13]

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengungkapkan tentang *Continuance Intention* pada E-Wallet OVO. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan membagikan kuisioner kepada pengguna e-wallet OVO melalui *googleform*.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam yaitu : variabel bebas antara lain *Habit* (X1), *Percieved Usefulness* (X2), *Percieved Enjoyment* (X3) dan Variabel terikat adalah *Continuance Intention* (Y).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna e-wallet OVO dengan sampel sebanyak 100 responden yang didapat dari menggunakan rumus slovin dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purporsive sampling* yaitu Pengambilan sampel berdasarkan penilaian peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel merupakan pengguna e-wallet OVO yang berdomisili di wilayah Bekasi.

Metode pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan melalui referensi yang terdapat pada diktat, literatur ilmiah, dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Dan studi lapangan adalah pengumpulan data secara langsung ke lapangan dengan mempergunakan teknik pengumpulan data kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Liner Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Parsial, dan Uji Simultan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan 30 responden terlebih dahulu dengan menggunakan kuesioner sebanyak 16 pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan pada variabel *habit* (X1), 5 pernyataan pada variabel *Percieved Usefulness* (X2), 4 pernyataan pada variabel *Percieved Enjoyment* (X3) dan 3 pernyataan pada variabel *Continuance Intention* (Y). Hasil uji validitas 30 responden dinyatakan valid terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Habit (X1)			
X1.1	0.684	0.361	Valid
X1.2	0.693		
X1.3	0.730		
X1.4	0.737		
Percieved Usefulness (X2)			
X2.1	0.743	0.361	Valid
X2.2	0.715		
X2.3	0.574		
X2.4	0.724		
X2.5	0.709		
Percieved Enjoyment (X3)			
X3.1	0.789	0.361	Valid
X3.2	0.769		
X3.3	0.625		
X3.4	0.822		
Continuance Intention (Y)			
Y1	0.658	0.361	Valid
Y2	0.719		
Y3	0.684		

Sumber: data diolah (2024)

Tabel 1. Menunjukkan hasil seluruh r hitung positif dan r hitung > r tabel (0.361) maka hasil uji validasi 16 pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Hasil uji Reliabilitas

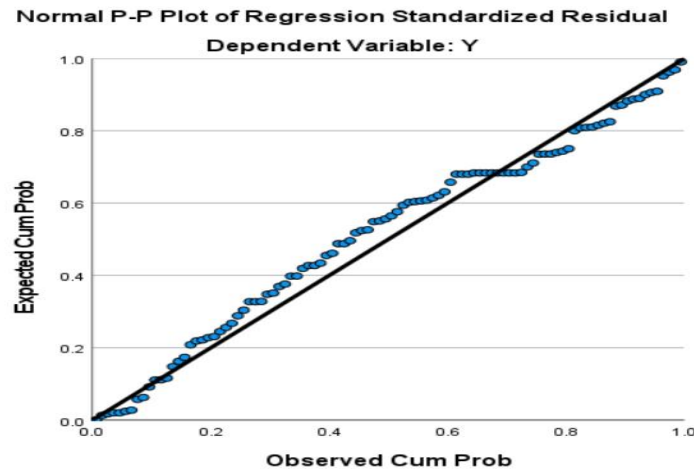
Variabel	Cronbach's Alpha
<i>Habit</i> (X1)	0.870
<i>Percieved Usefulness</i> (X2)	0.942
<i>Percieved Enjoyment</i> (X3)	0.927
<i>Continuance Intention</i> (Y)	0.870

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60 pada tiap variable, maka pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Distribusi yang normal ialah apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram. Dibawah ini adalah hasil uji normalitas grafik P-P Plot sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 2 diatas, menunjukkan bahwa gambar Normal P-P Plot of regression standardized residual menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan secara linier variable independent terhadap variable dependen. Dalam penelitian ini, uji regresi linear berganda menunjukkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.430	.572	
	X1	.118	.075	.154
	X2	.319	.075	.495
	X3	.209	.084	.273

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah (2024)

Diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,430 + 0,118 X1 + 0,319 X2 + 0,209 X3$$

Keterangan:

X1 = Variabel Habit

X2 = Variabel Percieved Usefulness

X3 = Variable Percieved Enjoyment

Y = Variabel Continuance Intention

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,430 artinya jika variabel *habit*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dianggap tetap atau bernilai nol, maka *continuance intention* pada e-wallet OVO bernilai 0,430
2. Koefisien regresi variabel *habit* (X1) sebesar 0,118 artinya jika variabel *habit* (X1) meningkat 1 satuan, maka variabel *Continuance Intention* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,118 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap. Besarnya pengaruh habit yaitu 15,4% dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*.

3. Koefisien regresi variabel *Perceived Usefulness* (X2) sebesar 0,319 artinya jika variabel *Perceived usefulness* (X2) meningkat 1 satuan, maka variabel *Continuance Intention* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,319 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap. Besarnya pengaruh habit yaitu 49,5% dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*.
4. Koefisien regresi variabel *Perceived Enjoyment* (X3) sebesar 0,209 artinya jika variabel *Perceived Enjoyment* (X3) meningkat 1 satuan, maka variabel *Continuance Intention* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,209 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap. Besarnya pengaruh habit yaitu 27,3% dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien Determinasi untuk mengetahui hubungan variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji koefisien determinasi diperoleh seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.788	.781	1.326

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah (2024)

Tabel 4 diatas menunjukkan hasil nilai *adjusted R square* sebesar 0,781 yang berarti 78,1% dari variabel *habit*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *continuance intention* e-wallet OVO. Sedangkan sisanya 21,9% dipengaruhi variabel lain seperti *perceived ease to use*, *perceived risk*, *perceived benefit*.

Uji Hipotesis

Pengaruh *habit*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* secara sebagian terhadap *continuance intention* e-wallet OVO di Bekasi.

Di bawah ini merupakan hasil pengujian dari uji t.

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.751	.454
	X1	1.579	.118
	X2	4.240	.000
	X3	2.482	.015

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah (2024)

Uji Hipotesis Pengaruh *habit* Terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO di Bekasi Nilai t hitung variabel harga sebesar 1,579 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,118. Menunjukkan bahwa *habit* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO dengan nilai t hitung (1,579) < t tabel (1,985) dan nilai signifikan sebesar 0,118 > 0,05 sehingga H01 diterima dan Ha1 ditolak, maka variabel *habit* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO di Bekasi

Uji Hipotesis Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO di Bekasi Nilai t hitung variabel *Perceived Usefulness* sebesar 4,240 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO dengan nilai t hitung (4,240) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga H02 ditolak dan Ha2 diterima, maka variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO di Bekasi

Uji Hipotesis Pengaruh *Perceived Enjoyment* Terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO di Bekasi Nilai t hitung variabel *Perceived Enjoyment* sebesar 2,482 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,015. Menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO dengan nilai t hitung (2,482) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan sebesar 0,015 < 0,05 sehingga H03 ditolak dan Ha3 diterima, maka variabel *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* e-wallet OVO di Bekasi

Pengaruh *habit*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* secara Bersama-sama terhadap *continuance intention e-wallet* OVO di Bekasi. Dibawah ini merupakan hasil pengujian dari uji f:

Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	625.717	3	208.572	118.589	.000 ^b
	Residual	168.843	96	1.759		
	Total	794.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: data diolah (2024)

Nilai signifikan sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikan < 0,05, sedangkan hasil yang diperoleh dari F Hitung sebesar 118,589 lebih besar dari F table sebesar 2,699 berarti bahwa *habit*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap *continuance intention e-wallet* OVO di Bekasi

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet* OVO di Bekasi
2. *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet* OVO di Bekasi
3. *Perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet* OVO di Bekasi
4. *Habit*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap *Continuance Intention e-wallet* OVO di Bekasi

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disampaikan saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain seperti *perceived ease to use*, *perceived risk*, *perceived benefit* ataupun menggunakan objek e-wallet lainnya. Dengan harapan dapat menemukan hasil temuan baru yang bisa bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.N, Amini, A. Yusuf. Pengaruh E-Trust dan E-Satisfaction terhadap Continuance Intention Pada Pengguna E-Money (Survei Pada Pengguna Flazz BCA Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 6, No.3, 2023. Hal 1401-1410 <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i3.23355>
- [2] C. Monica, V. Briliana, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention Pengguna Go-Food Di Jakarta.” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, Vol. 9 No.2, Oktober 2019, hal 115-126,
- [3] D. Palullungan, “Pemodelan Continuance Intention dalam Kasus Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa”. *Jurnal of Industrial Engineering and Management Systems*. Vol 15, No.2 Agustus 2022, hal 111-119.
- [4] D.S. Desideria, H. Setryowardhani, A.Z. Affif, F. Ekyawan. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention dalam Menggunakan Mobile Wallet.” Skripsi. Universitas Indonesia. Depok, 2020
- [5] E.V. Setyadi, R. Suarly, R. Handoko, A. Ali. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention Dari Pengguna Pada Layanan M-Payment (Studi Kasus GO-PAY).” *Kajian Branding Indonesia*, Volume 2 No.2, Desember 2020, Hal 162-200, <https://doi.org/10.21632/kbi.2.2.162-200>
- [6] G.R. Primastuti, D. Puspawati. “Customer Attitude Terhadap Continuance intention Melalui Kepuasan dalam Penggunaan Digital Wallet”. *Economics and Digital Business Review*. Vol 5 Issue 2. 2024. Pages 614-628, <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1218>
- [7] G. Tekaqnetha dan Rodhiah. “Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention GO-PAY Di Jakarta.” *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume II No.1, 2020, Hal 173-181, <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7457>
- [8] H.A. Sasono, E.Pramana, L Zaman P.C.S.W. “Continuance Intention on Gamafikasi in E-Learning Using Extenden Expectation-Confirmation Model”. *Journal of Education And Technology*. Vol, 6 No. 4, June 2023 hal 704-724. <https://doi.org/10.29062/edu.v6i4.684>

- [9] I. Kristianingsih, P. Edastama, “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Continuance Intention Pada Penggunaan Online Food Delivery Service.” *Innovative: Journal Of Social Science Research*. Vol 4 Nomor 3, May 2024, Page 6286-6300. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10868>
- [10] I. Lintang. “Data: 10 Aplikasi E-Wallet terpopuler di Indonesia” <https://www.inilah.com/aplikasi-e-wallet-terpopuler-di-indonesia> [Juni, 2024]
- [11] L. Kordina, W.H.N. Putra, A.D. Herlambang. “Evaluasi Keadaan Continuance Intention to Use dan Citezen Support pada Implementasi Layanan Website Pusat Pelayanan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kabupaten Sidoarjo.” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 3 No.5, Mei 2019. Hlm 4951-4960,
- [12] M.Y. Ubaidillah, E. Pramana, F. H. Chandra. “Continuance Intention Pada Aplikasi Mobile Payment Dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model”. *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*. Vol. 5 No2, Agustus 2023, hal 149-161. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.359>
- [13] N.P.N.K. Putri “Persepsi Mahasiswa Terhadap Niat untuk Menggunakan Sistem Informasi Perpustakaan Dengan Pendekatan TAM (studi Empiris Pada Mahasiswa FEB Uniiiversitas Telkom).” Skripsi, Universitas Telkom Bandung, Bandung, 2015.
- [14] P. Kotler dan G. Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [15] P. Kotler, K.L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012.
- [16] R.W. Bongso, C.K. Dewi. “Pengaruh Flow Experience, Percieved Enjoyment, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention Pemain Mobile Game Kota Kita.” *Jurnal Abiwara*. Vol. 2 No.2, Maret 2021, pp 27-40. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v2i2.772.g703>
- [17] Y.M.E. Banjarnahor, R. Setyorini, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung.” *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol. 12 No.1, April 2022. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.4492>