BAB I

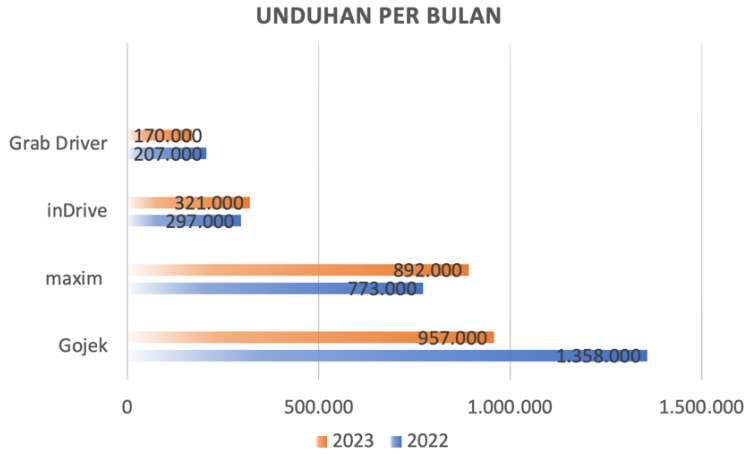
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada tingkat kemajuan teknologi informasi telah membuat banyak kemudahan dalam melakukan bisnis organisasi. Maka dari itu perkembangan teknologi informasi tersebut telah menjadikan cara baru bagi organisasi dalam menjalankan bisnis (Siregar, 2023). Berbagai pakar tentang teknologi informasi telah membayangkan bahwa kemajuan teknologi informasi akan menjadi peranan penting bagi organisasi. Kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Namun, beberapa tahun belakangan ini muncul berbagai pilihan untuk masyarakat baik yang berpendidikan atau pun yang kurang pendidikan untuk tetap dapat bekerja dan menghasilkan uang untuk keperluan sehari-hari dengan menggunakan bantuan teknologi *gadget/smartphone* yang ada yaitu pada sistem transportasi *online* seperti: GO-JEK, Grab, Uber, dan Maxim.

Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia pada tahun 2018 di bawah naungan PT Teknologi Perdana Indonesia (Indraini, 2019). Berdasarkan data yang di peroleh dari layanan pers Maxim setelah 2 tahun hadir di Indonesia, eksistensi Maxim semakin di lihat oleh pasar yang ditunjukkan oleh pertumbuhan pengguna. Maxim yang terus meningkat pada akhir tahun 2018 dengan jumlah unduhan aplikasi Maxim berkisar 10.000 pengguna namun pada akhir tahun 2019 meningkat drastis menjadi 500.000 pengguna.

Pertumbuhan jumlah pengguna Maxim selama setahun naik mencapai 31 kali lebih banyak, dengan rata-rata pertumbuhan hingga 160% tiap bulannya sedangkan spesialis hubungan masyarakat Maxim Havara Evidanika ZF (Ariyani, 2021) mengatakan bahwa perkembangan bisnis Maxim yang terus meningkat ditandai dengan penambahan cabang yang dilakukan secara masif hingga penambahan layanan demi layanan yang dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Sejalan dengan upaya tersebut, Maxim berkomitmen untuk memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia. Maxim hadir sebagai inovasi baru dan sebagai pesaing di dunia transportasi *online* (Santika, 2024). Tarif yang murah membuat aplikasi ini ramai diperbincangkan di sosial media, khususnya dari para pengemudi sebagai penggerak aplikasi ini dan pelanggan sebagai pengguna.



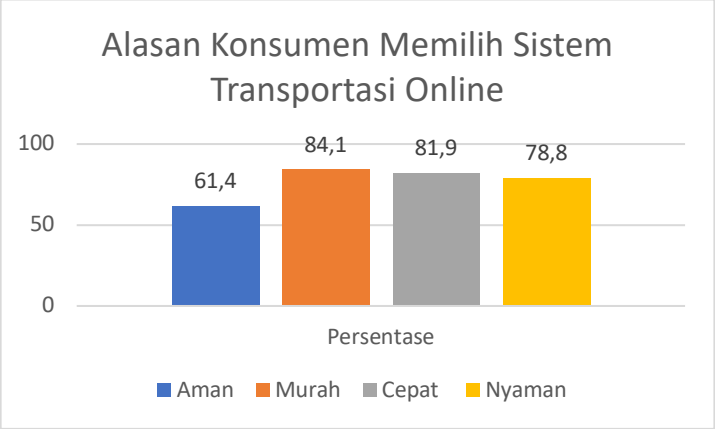
Gambar I. 1 Jumlah Unduhan Untuk Transportasi *Online* Terbanyak

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data di atas, yang berada pada peringkat pertama ialah aplikasi Gojek, dengan rerata unduhan per bulan mencapai 957 ribu unduhan dari pengguna

smartphone Indonesia pada tahun 2023. Disusul oleh pengguna Maxim yakni sekitar 892 ribu di tahun 2023, angka tersebut naik sekitar 15,39% dari tahun lalu, yakni 773 ribu unduhan per bulan. Selain itu, angka tersebut mengalahkan pengguna Grab yang sebelumnya menjadi rival dari Gojek. Dalam grafik di atas menunjukkan bahwa aplikasi Maxim memiliki presentase paling rendah dalam data layanan transportasi *online* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia (Santika, 2024). Salah satu penyebab aplikasi transportasi ini tidak dipilih atau digunakan oleh masyarakat karena banyaknya *review* yang *negative* terhadap aplikasi tersebut.

Memberikan layanan yang baik untuk mampu menjaga serta meningkatkan eksistensi Maxim yang terhitung masih baru, Maxim perlu menerapkan strategi yang tepat untuk dapat menyaingi kompetitor lain yang sejenis dimana salah satu kunci utama kesuksesan perusahaan adalah kenyamanan pelanggan (Setyaningsih et al., 2019). Selain itu, elemen harga juga mempunyai arti penting karena mempengaruhi keputusan Masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi *online*. Persaingan harga di pasar berfungsi sebagai penentu bagi pelanggan, karena persaingan harga mewakili nilai moneter yang dipertukarkan untuk perolehan produk atau jasa, yang memiliki kegunaan dan disertai dengan layanan terkait. Sedangkan alasan konsumen memilih atau menggunakan sistem transportasi *online* juga cukup beragam, secara umum dinilai beranggapan bahwa sistem transportasi *online* lebih murah (84,1%), dan lebih cepat (81, 9%) seperti terlihat di gambar.



Gambar I. 2 Alasan Konsumen Memilih Sistem Transportasi *Online*

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Pada gambar I.2 alasan konsumen memilih sistem – sistem transportasi *online* terlihat dari faktor harga menjadi pertimbangan mayoritas konsumen. Responden beranggapan sistem transportasi *online* lebih murah jika disandingkan dengan tarif jenis transportasi konvensional. Di urutan kedua, konsumen memilih sistem transportasi *online* karena dianggap lebih cepat. Namun dalam survei ini tidak mengkaloborasi lebih dalam, yang dimaksud adalah lebih cepat ditemukan atau diakses (*accessible*) atau lebih cepat mencapai tujuan (Riska, 2020).

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan yakni *perceived ease of use* berpengaruh terhadap pemilihan aplikasi Maxim (Rina Sari & Lim, 2022). *Perceived ease of use* atau kemudahan penggunaan adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan pengguna. *Perceived ease of use* atau bisa dikatakan sebagai persepsi kemudahan dalam menggunakan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem dapat dengan mudah dipahami (Basuki et al., 2022).

Aplikasi Maxim dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan intuitif, sehingga memudahkan pengguna dalam memesan layanan transportasi. Pengguna hanya perlu beberapa langkah untuk memesan ojek atau mobil, tanpa perlu menghabiskan waktu untuk memahami cara kerja aplikasi tersebut. Pada isu *perceived ease of use,* pengguna sering mengeluhkan bahwa aplikasi tidak selalu responsif atau mengalami kendala teknis seperti *crash* atau lambat. Informasi yang tersebut tentunya juga terdapat kendala-kendala yang harus dihadapi baik dalam pengaksesan informasi dan pemanfaatan pada aplikasi tersebut (Handayani & Fauzi, 2023). Hal ini membuat pengguna frustrasi karena mereka harus mengulang proses pemesanan atau menunggu lebih lama dari yang diharapkan. Selain itu, tampilan antarmuka yang kurang intuitif atau kurangnya panduan yang jelas dalam menggunakan fitur-fitur tertentu juga dapat menghambat kemudahan penggunaan aplikasi tersebut.

Perceived usefulness atau kegunaan yang dirasakan juga menjadi faktor penting. *Perceived usefulness* adalah tingkat kepercayaan dalam menggunakan suatu subjek tertentu yang dapat memberikan manfaat bagi orang yang menggunakannya dalam layanan (Zuniarti et al., 2021). Maxim menawarkan berbagai layanan yang bermanfaat seperti pengantaran penumpang, pengiriman barang, dan bahkan layanan kurir. Ketersediaan berbagai pilihan layanan ini membuat pengguna merasa bahwa aplikasi Maxim sangat berguna untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Selain itu, dengan adanya fitur pelacakan *real-time* dan estimasi waktu kedatangan, pengguna dapat merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik dan merasa lebih aman. Ketika masyarakat merasa bahwa

aplikasi ini benar-benar membantu dan memudahkan aktivitas mereka, minat untuk menggunakan aplikasi ini akan semakin tinggi.

Isu dalam *perceived usefulness* muncul ketika fitur-fitur yang diharapkan pengguna tidak tersedia atau tidak berfungsi dengan baik. Misalnya, ketiadaan fitur pelacakan *real-time* yang akurat membuat pengguna kesulitan memantau posisi pengemudi, sehingga mengurangi kepercayaan mereka terhadap layanan yang diberikan. *Real-time* yang dimaksud dalam hal tersebut merupakan suatu sistem yang mampu memproses tugas dengan hasil yang tepat waktu (Sugeng & Mustofa, n.d.). Selain itu, terbatasnya pilihan metode pembayaran atau kurangnya integrasi dengan layanan lain seperti transportasi publik dapat membuat aplikasi Maxim dianggap kurang berguna dalam memenuhi kebutuhan transportasi harian pengguna.

Perceived enjoyment atau kesenangan yang dirasakan saat menggunakan aplikasi juga mempengaruhi keputusan pengguna. *Perceived enjoyment* merupakan suatu kondisi dimana seorang individu menggunakan teknologi ketika melakukan aktivitasnya dan meningkatkan rasa nyaman untuk dirinya sendiri dan juga dapat dikatakan sebagai hedonic dalam teknologi untuk video game (Bassiouni et al., 2019). Pengalaman pengguna yang positif, seperti kenyamanan dalam pemesanan, respon cepat dari pengemudi, dan perjalanan yang menyenangkan, meningkatkan tingkat kepuasan dan kesenangan pengguna. Aplikasi Maxim sering kali menawarkan promosi dan diskon, yang menambah nilai hiburan dan kesenangan bagi pengguna saat menggunakan layanan mereka.

Isu yang terjadi dalam *perceived enjoyment,* pengalaman negatif seperti pelayanan yang buruk dari pengemudi, kondisi kendaraan yang tidak nyaman, atau seringnya pembatalan pesanan oleh pengemudi dapat mengurangi kesenangan pengguna saat menggunakan aplikasi. Faktor-faktor ini bisa membuat pengguna merasa kurang puas dan cenderung tidak menikmati pengalaman mereka dengan Maxim. Kurangnya promosi atau insentif yang menarik juga bisa membuat pengguna merasa bahwa aplikasi ini tidak menawarkan nilai lebih yang dapat meningkatkan kepuasan dan kesenangan mereka. Selain itu, Pengalaman positif, seperti pelayanan yang ramah dari pengemudi, perjalanan yang nyaman, serta penawaran diskon atau promosi menarik, membuat pengguna merasa senang dan puas. Pengalaman menyenangkan ini menciptakan asosiasi positif dengan aplikasi Maxim, mendorong pengguna untuk terus menggunakannya dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Fitur yang belum lengkap dalam aplikasi Maxim dapat berdampak pada *perceived ease of use* dan *perceived usefulness.* Dalam hal *perceived ease of use,* jika fitur-fitur penting belum tersedia atau belum optimal, pengguna mungkin merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Misalnya, jika fitur pencarian atau navigasi dalam aplikasi tidak bekerja dengan baik, pengguna bisa merasa frustrasi karena harus menghabiskan lebih banyak waktu untuk menemukan layanan yang mereka butuhkan. Kurangnya fitur-fitur seperti integrasi pembayaran yang mudah atau dukungan pelanggan yang responsif juga dapat menurunkan tingkat kemudahan penggunaan aplikasi Maxim. Minat masyarakat dalam

menggunakan aplikasi Maxim dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berkaitan dengan *perceived ease of use, perceived usefulness*, dan *perceived enjoyment*

Hal ini menunjukkan adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat suatu individu atau masyarakat dalam menggunakan teknologi yaitu dengan memperhatikan kemudahan, kegunaan dan kenyamanan pada aplikasi tersebut. Salah satu hal yang mempengaruhi minat suatu individu atau masyarakat dalam menggunakan teknologi adalah mempertimbangkan faktor *perceived ease ease of use.* Kemudahan pada aplikasi merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna jasa transportasi *online*. Kemudahan yang dimaksud yaitu kemudahan dalam menggunakan aplikasi. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan, maka pengguna akan tertarik menggunakannya. Sebaliknya, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut sulit digunakan, maka pengguna tidak tertarik menggunakannya (Muzakki et al., 2020).

Menurut hasil *review* yang didapatkan pada aplikasi Maxim ini para pengguna aplikasi menyatakan bahwa aplikasi Maxim sulit digunakan karena Alamat yang tertera pada *maps* tidak akurat dan kurang lengkap, sehingga para pengguna aplikasi Maxim ini merasakan kesulitan dalam menentukan penjemputan dan Lokasi tujuan. Bukan hanya itu saja aplikasi Maxim juga memberikan layanan yang dapat digunakan sebagai pendukung dari aktivitas masyarakat, mulai dari layanan transportasi, pengiriman barang, sampai layanan pesan antar makan. Layanan yang diberikan oleh aplikasi Maximini sangat beragam yang mampu membantu mempermudah aktivitas masyarakat dan membantu menjadikan hal

positif bagi masyarakat. Berikut hasil *review* atau ulasan para pengguna mengenai aplikasi Maxim:

Gambar I. 3 *Review Customer* Berdasarkan Fitur Tampilan

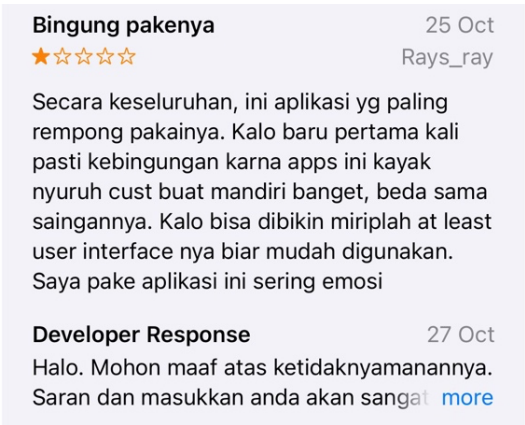
Sumber : *Appstoreios* (2023)

Berdasarkan gambar di atas, *customer* mengeluh tentang *maps* atau tampilan denah yang masih tergolong kurang baik, karena sulitnya untuk mencari alamat atau titik yang tepat. Hal tersebut sangat menyulitkan *customer* dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*, dimana yang seharusnya pada aplikasi transportasi *online* ini dapat mempermudah pengguna dalam menggunakan transportasi *online*. Hal ini diketahui bahwa pelanggan merasa kesulitan karena beberapa fitur aplikasi mengalami kendala dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya (Laksmitha, 2021).

Namun masih terdapat kelemahan yang ada pada Maxim contohnya dalam hal ini untuk aplikasi transportasi Maxim yaitu seperti fitur dalam aplikasi yang masih minim, rute dalam aplikasi belum lengkap. Maxim masih memiliki

kekurangan dalam hal ini dimana pada aplikasi Maxim masih belum bisa memberikan titik lokasi yang jelas bahkan masih sedikit nama-nama lokasi titik jemput yang ingin dituju seperti nama-nama lokasi bangunan, jalan masih banyak yang belum terdaftar jadi menyulitkan penggunanya untuk memilih lokasi penjemputan yang sesuai (Ariyani, 2021).

Kurangnya keakuratan navigasi yang ada di Maxim ini, pastinya membuat pengguna kurang nyaman dan merasa kesulitan dalam menentukan titik lokasi atau alamat penjemputan dan titik lokasi yang dituju apabila tidak ada pada navigasi tersebut. Sehingga pengguna memerlukan upaya ekstra untuk memikirkan lokasi mana yang terdeteksi disekitar pengguna tersebut agar dapat melakukan pemesanan layanan Maxim dan memastikan lokasi yang dituju sesuai keinginan pengguna. Permasalahan ini juga menyebabkan sulitnya *driver* atau pengguna untuk menemukan satu sama lain pada lokasi penjemputan sehingga memerlukan waktu lebih dari yang seharusnya untuk mencapai ke lokasi tujuan (Laksmitha, 2021).



Gambar I. 4 Review Customer Berdasarkan Pengalaman Penggunaan

Sumber : Appstoreios (2023)

Berdasarkan gambar di atas, terdapat keluhan yang dialami oleh pengguna aplikasi Maxim dikarenakan tidak adanya panduan awal dalam menggunakan aplikasi, serta kesulitan dalam menggunakan aplikasi Maxim. Bahkan pengguna juga mulai membandingkan dengan pesaing dari aplikasi Maxim tersebut. Jika dilihat dari kasusnya dimana pengguna yang sudah mulai membandingkan pesaing dari aplikasi Maxim artinya pengguna tersebut mulai terbiasa dalam menggunakan platform pesaing dari Maxim tersebut (Laksmitha, 2021). Apabila hal tersebut dibiarkan oleh perusahaan pengelola aplikasi Maxim, maka bukannya tidak mungkin pengguna tersebut akan berpindah menjadi pengguna dari pesaing aplikasi Maxim.

Selain itu faktor yang mempengaruhi minat suatu individu atau masyarakat dalam menggunakan teknologi yaitu dengan mengutamakan kenyamanan. *perceived usefulness* merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi, dalam hal tersebut dapat disimpulkan dari beberapa pendapat para ahli bahwa *perceived usefulness* sebagai konsep tentang manfaat dari penggunaan teknologi, seperti aplikasi yang berkaitan dengan keinginan atau harapan individu dalam kegiatan sehari- harinya (Japarianto & Anggono, 2020). Salah satu pertimbangan yang dapat mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan suatu layanan *mobile payment* adalah *perceived usefulness.* Pengguna aplikasi akan tertarik menggunakan *mobile payment* jika hal tersebut dapat membantu meminimalisir waktu untuk melakukan sesuatu atau mendapatkan sesuatu. Berikut hasil *review* atau ulasan para pengguna mengenai kegunaan aplikasi Maxim:

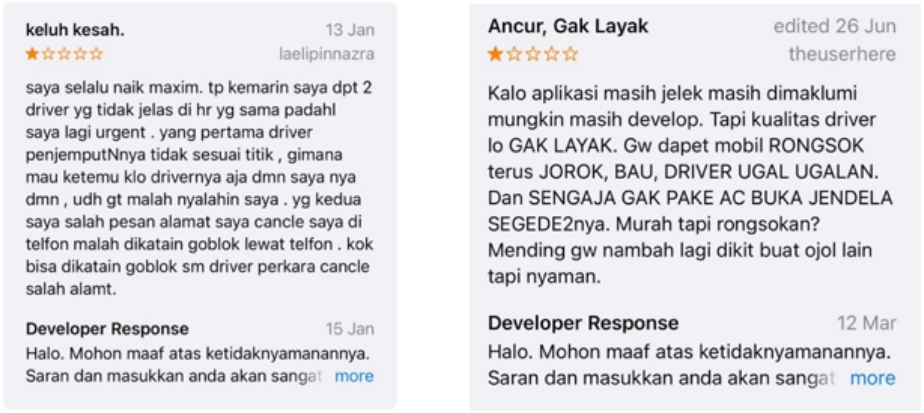
Gambar I. 5 *Review Customer* Berdasarkan Pengalaman Penggunaan

Sumber : *Appstoreios* (2023)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa aplikasi Maximini belum sempurna. Di sisi lain, penggunaan uang digital atau *e – wallet* tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia untuk menunjang pembayaran mereka ke berbagai aplikasi yang turut bekerjasama dengan aplikasi uang digital yang memberikan kemudahan dan dapat dilakukan di mana saja tanpa perlu mencari lokasi yang dapat melakukan pembayaran tersebut (Laksmitha, 2021). Namun, hingga saat ini Maxim hanya menerima pembayaran atas layanan atau jasa yang digunakan secara tunai, hal tersebut menyebabkan kurangnya kemudahan atau fleksibilitas pengguna saat melakukan pembayaran apabila terjadi peristiwa tidak membawa uang tunai atau kurangnya uang tunai yang dimiliki saat selesai menggunakan layanan tersebut.

Faktor *perceived enjoyment* mengutamakan pengguna merasakan kenyamanan pada pengguna aplikasi. Individu atau masyarakat merasakan kenyamanan menggunakan aplikasi ketika mendapatkan kualitas pelayanan yang

baik. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan apabila pelayanan jasa yang diberikan sesuai atau melebihi dari harapan pengguna, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ataupun *driver* maka daya pengguna aplikasi tersebut akan semakin meningkat terhadap jasa transportasi *online*. Hal ini yang belum bisa diberikan oleh aplikasi Maxim karena masih banyaknya *driver* yang kurang dalam etika untuk berinteraksi dengan pelanggan transportasi *online* pada aplikasi Maxim. Berikut hasil *review* atau ulasan para pengguna mengenai ketidak nyamanan aplikasi Maxim:



Gambar I. 6 *Review Customer aplikasi Maxim*Berdasarkan Etika *Driver*

Sumber : *Appstoreios* (2023)

Hal ini yang menjadi salah satu penyebab Maxim menjadi salah satu transportasi yang perlu di pertimbangkan dalam menggunakannya. Banyaknya komplain atau keluhan dari pelanggan akan membuat pelanggan kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi Maxim. Hal ini mendorong tingkat kenyamanan pelanggan untuk melakukan transaksi kembali. Kenyamanan pelanggan merupakan

tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan jasa transportasi *online*. Selain itu bisa dilihat dari etika sebagai *driver*, mengenal karakter publik atau pelanggan merupakan salah satu kunci utama. Seorang pelayan pada hakikatnya harus memenuhi kebutuhan praktis dan emosional pengguna (Laksmitha, 2021).

Selain itu *driver* harus bisa menyesuaikan dengan siapa dia berhadapan dan bagaimana cara bersikap, ada beberapa tipe pengguna ada yang terbuka ada juga yang tertutup, jika *driver* memperlakukan dengan baik maka respon yang diberikan bisa jadi pujian. Sebaliknya, jika pengguna kurang puas publik akan memberikan rating rendah kepada *driver* Maxim motor yang menjadi fokus penelitian. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa pelayanan *driver* yang kurang baik saat dilapangan.

Driver adalah profesi yang sangat riskan apalagi di kota besar, bisa dibayangkan setiap hari dan sepanjang jalanan memerlukan kesabaran untuk sampai ke tempat tujuan dengan kendala berbeda-beda, untuk itu para *driver* dituntut berpakaian yang rapih, sopan serta perlu adanya identitas yang harus dipakai oleh *driver* Maxim. Selain itu juga pengemudi yang membatalkan orderan secara sepihak Sering kali pengguna mengalami kejadian pembatalan orderan secara sepihak hal ini dipicu karena beberapa alasan yang mendasari *driver* membatalkan orderan mulai dari: tidak siap menjalankan order, lupa menutup aplikasi padahal sudah mau pulang, tiba-tiba ada urusan mendadak, terlalu lama menunggu respon dari pengguna hingga mendapati titik penjemputan yang jauh, *driver* mengganggap merasa rugi mengambil orderan yang tidak selaras dengan tarif yang ia dapat, disisi lain pengguna juga dirugikan, rugi waktu karena harus memesan layanan kembali (Hubert et al., 2019). Kemudian permasalahan waktu

tunggu *driver* yang terlalu singkat, ketika *driver* sudah di lokasi jemput hanya diberi waktu 5 menit untuk menunggu. Jika penumpang melewati batas waktu tersebut, akan dikenakan biaya tambahan. Selain itu pada aplikasi Maxim juga belum tersedia rating untuk *driver* dari pelanggan, kemudian terdapat pula kasus-kasus negatif dari *driver* ojek Maxim (Setyaningsih et al., 2019).

Kepuasan pengguna merupakan menggunakan aplikasi Maxim salah satu aspek terpenting dalam dunia bisnis dengan begitu dalam pemenuhan kepuasan pengguna perusahaan maupun *driver* harus memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, kepuasan menjadi salah satu elemen utama dalam upaya untuk mengiterprestasikan ketahanan konsumen yang telah ada ataupun untuk menarik konsumen yang baru.

Secara keseluruhan, isu-isu tersebut menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi Maxim ditentukan oleh kepuasan pengguna, Maxim perlu fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kesenangan yang dirasakan oleh pengguna. Dengan memperbaiki masalah teknis, menambahkan fitur yang relevan, dan memastikan pengalaman pengguna yang positif, Maxim dapat meningkatkan loyalitas pengguna dan memperkuat posisinya di pasar transportasi *online*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin menganalisis faktor - faktor yang diduga mempengaruhi konsumen dalam melakukan *intention to use* aplikasi Maxim di Jabodetabek. Dengan ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Intention To Use* pada Pengguna Aplikasi Transportasi Ojek *Online*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah serta fenomena yang telah peneliti sampaikan tersebut, pertanyaan pada penelitian ini yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* pada pengguna aplikasi Maxim?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived enjoyment* pada pengguna aplikasi Maxim?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi Maxim?
4. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi Maxim?
5. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi Maxim?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan di atas, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefullnes* pada pengguna aplikasi Maxim.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived enjoyment* pada pengguna aplikasi Maxim.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi Maxim.

4. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi Maxim.
5. Untuk menganalisis pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi Maxim.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain itu, adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian tersebut, diantaranya

1) Manfaat Teoretis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan serta menambah wawasan bagi pembaca khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *perceived ease of use, perceived enjoyment, perceived usefulness,* dan *intention to use.*

2) Manfaat praktisi

   Penelitian ini dapat menjadi informasi untuk pembaca tentang faktor yang akan mempengaruhi *intention to use* pada pengguna Maxim yang selanjutnya menjadi evaluasi dari pihak Maxim untuk memperbaiki sistem yang ada, baik itu sistem internal maupun sistem eksternal yang berkaitan dengan kesuksesan aplikasi Maxim.