



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 4438-4446

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Menganalisis Niat Kelanjutan Penggunaan Teknologi Dalam Jaringan dengan Menggunakan Teori Konfirmasi Harapan: Sebuah Kajian Pustaka

Yuniati Fransisca<sup>1\*</sup>, Nidya Novalia<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Nurtanio Bandung  
alephtav314@gmail.com\*

### Abstrak

Menulis tinjauan pustaka diwajibkan sebagai langkah kunci dalam proses penelitian. Tinjauan pustaka dapat berupa ringkasan sederhana dari sumber-sumber, tetapi biasanya memiliki pola sistematis serta menggabungkan ringkasan dan sintesis. Tinjauan pustaka menuntut berbagai keterampilan, seperti mempelajari cara mendefinisikan topik untuk eksplorasi, memperoleh keterampilan pencarian dan pengambilan pustaka, mengembangkan kemampuan untuk menganalisis dan mensintesis data serta menjadi mahir dalam menulis dan melaporkan, sering kali dalam skala waktu yang terbatas. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menyajikan pendekatan langkah demi langkah untuk menulis makalah penelitian tinjauan pustaka dengan tujuan memfasilitasi pemahaman bagi pembacanya. Makalah ini meneliti keyakinan kognitif dan pengaruh yang memengaruhi niat seseorang untuk terus menggunakan (kelanjutan) teknologi dalam jaringan. Teori ekspektasi-konfirmasi diadaptasi dari literatur perilaku konsumen dan diintegrasikan dengan temuan teoritis dan empiris dari penelitian penggunaan teknologi dalam jaringan sebelumnya untuk membuat teori model kelanjutan SI. Kepuasan pengguna, pada gilirannya, dipengaruhi oleh konfirmasi mereka terhadap ekspektasi dari penggunaan sebelumnya dan manfaat yang dirasakan. Studi ini menyoroti perbedaan antara perilaku penerimaan dan keberlanjutan, berteori dan memvalidasi salah satu model teoritis paling awal mengenai keberlanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan, mengintegrasikan konstruksi konfirmasi dan kepuasan pengguna dalam pemahaman saat ini mengenai penggunaan Sistem Informasi.

Kata kunci: Niat Kelanjutan Penggunaan, Teknologi Jaringan, Teori Konfirmasi Harapan, SLR

### 1. Pendahuluan

Teori Konfirmasi Harapan (TKH) atau *Expectation Confirmation Theory* (TKH), awalnya dicetuskan oleh Oliver [1] [2], dan teori ini menyatakan bahwa individu membentuk harapan sebelum merasakan layanan atau produk, dan setelah mengkonsumsinya, mereka membandingkan harapan dengan pengalaman aktual mereka. Jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, terjadi kesesuaian (*confirmation*), yang mengarah pada kepuasan. Jika tidak, maka terjadi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang berpotensi mengarah pada ketidakpuasan. Konteks utama TKH terletak pada perilaku konsumen dan pemasaran jasa. Hal ini telah mendorong penelitian yang lebih luas terutama penelitian yang berfokus pada pemahaman kepuasan pelanggan, niat pembelian, dan sikap pasca-konsumsi. Para peneliti telah menerapkan teori ini untuk mempelajari loyalitas pelanggan, evaluasi kualitas layanan, dan dinamika pengambilan keputusan konsumen [3]. Di bidang manajemen dan pemasaran, TKH telah digunakan untuk meneliti kinerja layanan, manajemen hubungan pelanggan, dan strategi bisnis. Para peneliti yang tertarik dengan kinerja organisasi dan operasi layanan telah menggunakan TKH untuk menyelidiki kepuasan karyawan, pemulihan layanan, dan inovasi model bisnis [4]. TKH dalam industri jasa diadopsi secara luas untuk menilai manajemen kualitas layanan, manajemen hubungan pelanggan, dan strategi perbaikan layanan. Para peneliti di bidang ini telah menggunakan TKH untuk memeriksa bagaimana penyedia layanan mengelola harapan pelanggan, menangani keluhan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang menghubungkan kinerja layanan dengan kesuksesan bisnis [5]. Upaya terbaru dari para ahli untuk menyempurnakan dan mengembangkan skala yang lebih akurat untuk mengukur kesesuaian dan ketidaksesuaian telah menimbulkan minat baru terhadap TKH [6]. Kemajuan ini telah berdampak pada peningkatan dalam penerapan teori ini di bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran. Penelitian ini mengeksplorasi literatur yang berkaitan dengan teori konfirmasi harapan dengan mengkaji apakah adaptasi terhadap teori asli telah terjadi, dan menganalisis penerapan teori ini pada teknologi dalam jaringan (*online*) agar dapat memperoleh manfaat lebih

lanjut untuk perkembangan bisnis seperti memprediksi dan menjelaskan niat kelanjutan penggunaan, kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kinerja layanan.

Lingkungan teknologi telah menjadi lebih kompleks dan penelitian di masa depan harus mencerminkan ini dalam desainnya. Hal ini terutama berkaitan dengan skala pengukuran, dan pilihan referensi (teknologi yang dibandingkan) dan tujuan penggunaan yang dipertimbangkan. Skala yang paling banyak diadopsi yang paling banyak diadopsi untuk mengukur CI dikembangkan oleh [7], berdasarkan skala niat perilaku. Studi Kieran [8] pada awalnya dirancang untuk menguji niat pekerja antara menggunakan kalkulator (sistem non-IS) dan spreadsheet (sistem IS) untuk menyelesaikan tugas yang sama, yang berarti sudah ada pendekatan yang ada untuk melakukan tugas tersebut dan sistem IS adalah pendekatan pengganti. Akan tetapi, teknologi digital kontemporer tidak hanya pilihan alternatif untuk menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan, tetapi juga menawarkan cara-cara baru berkomunikasi, bersosialisasi, dan hidup. Sebagai contoh, aplikasi kesehatan dapat dianggap sebagai pengganti pena dan kertas untuk mencatat makanan, juga dapat dianggap sebagai gaya hidup atau perilaku baru bagi seseorang yang tidak pernah mencatat makanan sebelumnya. Oleh karena itu, penting untuk memahami motivasi niat kelanjutan pengguna, apakah itu untuk menggantikan yang ada untuk melakukan tugas yang sama, atau untuk mengembangkan perilaku atau gaya hidup baru.

Meskipun literatur tentang kelanjutan penggunaan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, namun penelitian dalam bentuk Sistematis Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) masih perlu diperkaya. Oleh karena itu, sangat berguna untuk menilai secara kritis literatur yang ada dan mengklarifikasi apa yang sudah kita ketahui dan apa yang perlu kita ketahui mengenai penentu dan konsekuensi dari kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan. Melalui SLR, penelitian ini bertujuan untuk: pertama, memberikan analisis komprehensif tentang kondisi literatur saat ini mengenai kelanjutan penggunaan untuk teknologi digital yang berfokus pada pelanggan teknologi digital; kedua, makalah ini mengidentifikasi kesenjangan penelitian dan menawarkan agenda untuk penelitian lebih lanjut.

## 2. Metode Penelitian

Menurut Fink [9] tinjauan pustaka sistematis (SLR) merupakan: "metode sistematis, eksplisit, dan dapat direproduksi untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis kumpulan karya yang telah selesai dan terekam yang dihasilkan oleh para peneliti, akademisi, dan praktisi." Dalam SLR, aspek terpenting dari para peneliti yang berhasil harus diselidiki, dan informasi serta statistik yang berguna harus diekstraksi [10]. Oleh karena itu, makalah ini berupaya untuk berkontribusi pada pemahaman tentang niat kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan dengan melakukan SLR. Tujuan dari penelitian ini ada dua. Pertama, mengeksplorasi SLR tentang kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan dan mengklasifikasikan penelitian ini berdasarkan serangkaian dimensi termasuk jurnal, penulis, teori dan konstruksi teoritis yang digunakan, metode penelitian, konteks, dan teknologi yang diteliti. Kedua, menyediakan sumber daya yang berguna dan dapat digunakan untuk peneliti masa depan. Makalah ini disusun dengan menjelaskan niat kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan dan teori konfirmasi harapan pada bagian pendahuluan. Pada bagian pendahuluan juga disajikan temuan mengenai niat keberlanjutan penggunaan teknologi dan teori konfirmasi harapan dari berbagai perspektif dalam literatur, menganalisis dan membahas penelitian yang ada untuk mengidentifikasi kesenjangan. Metode penelitian dijelaskan di bagian kedua, dan makalah ini diakhiri dengan hasil dan diskusi serta kesimpulan yang berisi saran untuk penelitian mendatang tentang teori konfirmasi harapan dan niat keberlanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan.

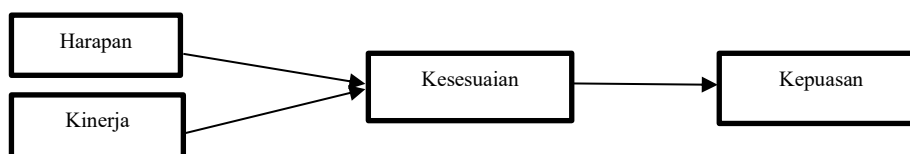
Tinjauan sistematis dimulai dengan perumusan kriteria seleksi yang jelas, dengan fokus pada artikel yang secara eksplisit membahas topik yang diteliti. Strategi pencarian yang terdefinisi dengan baik diterapkan untuk mengidentifikasi studi yang relevan, dengan mempertimbangkan kata kunci seperti "penerimaan teknologi," "niat kelanjutan," dan nama model tertentu (misalnya, TAM, CI, SI, ECM, TKH). Pendekatan ini memastikan penyertaan berbagai perspektif dan perkembangan terbaru di bidang teknologi dan niat kelanjutan penggunaan. Kriteria penyertaan mencakup studi yang mencakup berbagai periode waktu, yang memungkinkan pemahaman yang komprehensif tentang evolusi kerangka teoritis ini. Sifat sistematis tinjauan melibatkan proses penyaringan yang cermat untuk memilih artikel yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, dengan demikian memastikan keandalan dan validitas literatur yang dipilih. Selanjutnya, artikel yang dipilih menjalani analisis konten terperinci, mengekstraksi informasi yang relevan tentang metodologi yang digunakan, temuan utama, dan implikasi. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kerangka kerja teoritis, aplikasinya, dan kontribusi yang diberikan oleh masing-masing model terhadap wacana yang lebih luas tentang teori konfirmasi harapan dan niat untuk melanjutkan. Hasilnya menyoroti kesenjangan dalam pengetahuan yang

ada, area yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut, dan kemungkinan jalan untuk penelitian di masa mendatang. Evaluasi dilakukan terhadap metodologi yang digunakan dalam artikel yang dipilih memberikan wawasan tentang ketahanan setiap kerangka kerja teoritis dan penerapannya di berbagai konteks.

### 3. Hasil dan Diskusi

Teori konfirmasi harapan menjelaskan bahwa kepuasan setelah pembelian dipengaruhi oleh harapan awal, kinerja aktual, dan ketidaksesuaian di antara keduanya. Kerangka kerja ini dibuat oleh Richard L. Oliver pada tahun 1977 [1] dan disempurnakan lebih lanjut pada tahun 1980 [2]. Teori ini merupakan kerangka kerja penelitian yang mendasar dalam penelitian perilaku konsumen. Teori Konfirmasi Harapan (TKH) menyatakan bahwa kepuasan konsumen bergantung pada hubungan antara apa yang diharapkan pelanggan dan bagaimana mereka memandang kinerja aktual suatu produk atau layanan. Ketika kinerja sesuai dengan atau melampaui harapan, maka akan menghasilkan kesesuaian (konfirmasi) dan kepuasan. Di sisi lain, jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka akan menimbulkan ketidaksesuaian (diskonfirmasi) dan ketidakpuasan. Ketika konsumen mengalami ketidaksesuaian (diskonfirmasi) positif, yaitu kinerja aktual melebihi ekspektasi, yang berdampak pada peningkatan kepercayaan dan keterikatan emosional terhadap merek. Proses psikologis ini menciptakan lingkaran umpan balik yang membentuk ekspektasi dan keputusan pembelian di masa depan. Teori ini juga mengakui bahwa ekspektasi tidak statis, tetapi berkembang melalui pengalaman langsung, komunikasi dari mulut ke mulut, dan pesan-pesan pemasaran. Konsumen terus memperbarui titik referensi mereka berdasarkan akumulasi pengetahuan dan pengalaman. Sifat ekspektasi yang dinamis ini menyoroti pentingnya kualitas produk dan layanan yang konsisten dalam menjaga kepuasan pelanggan. Aplikasi praktis dari teori ini telah meluas ke berbagai sektor, termasuk perawatan kesehatan, pendidikan, dan layanan digital. Organisasi menggunakan kerangka kerja ini untuk merancang strategi pengalaman pelanggan, menetapkan tingkat ekspektasi yang sesuai melalui komunikasi pemasaran, dan menerapkan langkah-langkah pengendalian kualitas. Memahami mekanisme psikologis dari pembentukan ekspektasi dan kepuasan membantu bisnis mencegah ketidaksesuaian negatif dengan meningkatkan kinerja produk atau mengelola ekspektasi pelanggan secara efektif.

Teori ekspektasi-konfirmasi menjelaskan bagaimana konsumen mengevaluasi kepuasan mereka terhadap produk atau layanan. Hal ini menjelaskan proses yang dilalui konsumen dalam menilai produk dan layanan, yang pada akhirnya berujung pada kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan memainkan peran penting dalam perilaku konsumen dan memiliki implikasi yang signifikan terhadap keberhasilan sektor jasa. TKH menyediakan kerangka kerja yang berharga untuk memahami loyalitas dan kepuasan pelanggan, khususnya di sektor jasa. Selain itu, TKH juga berfungsi sebagai alat yang berguna bagi penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas layanan dan memahami serta mempengaruhi proses kepuasan. Semua sektor jasa menggunakan konsep TKH untuk lebih memahami kepuasan dan loyalitas konsumen. Loyalitas ditunjukkan oleh penumpang ketika layanan yang diberikan memenuhi standar yang dapat diterima, yang menghasilkan kepuasan [11]. Model TKH terdiri dari empat konsep inti yaitu konfirmasi, kepuasan, ekspektasi, dan kinerja (Gambar 1). Dalam TKH, harapan berfungsi sebagai standar yang digunakan pelanggan untuk menilai kinerja dan menentukan hasil diskonfirmasi [12]. Harapan mewakili kriteria obyektif yang menjadi acuan pelanggan ketika mengevaluasi kinerja layanan. Pelanggan membentuk harapan yang jelas mengenai tingkat kinerja tertentu berdasarkan pengalaman mereka dengan suatu layanan, termasuk bagaimana layanan tersebut disampaikan. Kepuasan pembelian muncul ketika layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan.



Gambar 1. Model Teori Konfirmasi Harapan [7]

Sebelumnya, pengaruh konfirmasi dan diskonfirmasi harapan terhadap kinerja produk yang dirasakan telah mendapat sedikit perhatian dalam literatur [13], meskipun terdapat hubungan yang jelas antara diskonfirmasi harapan dan kepuasan produk. Rolph E. Anderson mempertimbangkan teori psikologis dalam menentukan ketidaksesuaian harapan atas kinerja produk yang dirasakan dan kepuasan konsumen dan mengungkapkan kesenjangan antara harapan dan kinerja produk yang sebenarnya. Selain itu, teori ini mengakui bahwa kepuasan tidak murni kognitif saja tetapi juga melibatkan respon emosional. Kesenjangan antara harapan dan kinerja dapat

memicu berbagai reaksi emosional, mulai dari kegembiraan hingga kekecewaan, yang secara signifikan mempengaruhi penilaian kepuasan secara keseluruhan dan perilaku konsumen selanjutnya.

TKH telah mengalami beberapa kali revisi untuk mengatasi keterbatasannya dan meningkatkan penerapannya dalam berbagai konteks. Salah satu revisi penting adalah dimasukkannya konsep “sensitivitas ketidakpastian” [14] yang mengeksplorasi bagaimana konsumen yang berbeda dapat bereaksi secara berbeda terhadap tingkat ketidakpastian yang sama berdasarkan pengalaman sebelumnya, ciri-ciri kepribadian, atau faktor situasional. Penelitian tersebut menyarankan agar orang secara strategis mengelola tingkat harapan yang mereka gunakan untuk mengevaluasi kepuasan setelah pembelian dan bahwa kepuasan tidak hanya bergantung pada perbandingan obyektif antara harapan dan kinerja, tetapi juga dipengaruhi oleh perbedaan individu dalam kepekaan terhadap ketidakpastian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang yang perfeksionis memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak perfeksionis.

Perluasan signifikan lain dari TKH yaitu dengan melibatkan integrasi teori dengan konstruk psikologis lain seperti keadilan dan kesetaraan. Para peneliti berpendapat bahwa persepsi konsumen tentang keadilan dalam proses pertukaran dapat memoderasi hubungan antara ketidakpastian dan kepuasan. Sebagai contoh, meskipun sebuah produk berkinerja di bawah ekspektasi, konsumen mungkin merasa puas jika mereka menganggap transaksi tersebut adil. Tingginya permintaan akan kecerdasan dan kompetisi menyoroti pentingnya interaksi dan keadilan sebagai elemen kunci bagi para pemecah masalah untuk mencapai tujuan mereka, menyiratkan bahwa faktor-faktor ini dapat mempengaruhi tingkat konfirmasi. Menanggapi tantangan ini, penelitian ini menggabungkan kepercayaan platform, interaksi, dan keadilan yang dirasakan ke dalam model ekspektasi-konfirmasi yang disempurnakan [15] untuk menguji niat keberlanjutan penggunaan oleh konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan platform, yang secara positif terkait dengan konfirmasi, adalah tiga antecedent signifikan dari niat keberlanjutan penggunaan oleh konsumen.

Teori Ekuitas [16] yang dikembangkan oleh psikolog J. Stacey Adams, yang menyatakan bahwa konsumen mengevaluasi keadilan pertukaran dengan membandingkan rasio input-output mereka dengan orang lain. Jika mereka menganggap pertukaran itu adil, mereka cenderung puas meskipun produk tidak sepenuhnya memenuhi harapan awal mereka. Adams mengusulkan agar para pekerja berusaha untuk mencapai keseimbangan antara apa yang mereka kontribusikan pada pekerjaan mereka dan imbalan yang mereka terima, dengan membandingkannya dengan rekan-rekan mereka. Ketidakseimbangan dalam hubungan ini dapat menyebabkan ketidakpuasan, yang meningkat seiring dengan tingkat ketidaksetaraan yang dialami. Kepuasan muncul dari persepsi pertukaran yang adil ketika pelanggan merasa bahwa mereka menerima nilai yang sesuai dengan apa yang telah mereka berikan (misalnya, uang, waktu, usaha). Dengan menambahkan dimensi keadilan pada evaluasi pelanggan, Teori Ekuitas memperluas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, menawarkan lensa pelengkap atau alternatif untuk fokus TKH pada konfirmasi harapan.

Teori Atribusi [17], menunjukkan bahwa konsumen memberikan penyebab pada hasil pembelian mereka, dan atribusi ini mempengaruhi kepuasan mereka. Sebagai contoh, jika suatu produk gagal memenuhi harapan, konsumen mungkin mengaitkan hal ini dengan faktor eksternal (misalnya, kondisi cuaca yang buruk yang mempengaruhi pengiriman) daripada produk itu sendiri, yang dapat mengurangi ketidakpuasan. Weiner menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan penggunaan muncul dari atribusi atau penjelasan konsumen tentang mengapa suatu produk atau layanan berkinerja seperti yang seharusnya. Jika pelanggan mengaitkan hasil dengan faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan (misalnya, layanan yang buruk), mereka mungkin tidak puas. Jika mereka mengaitkannya dengan faktor eksternal yang tidak dapat dikontrol (misalnya, cuaca buruk), ketidakpuasan mungkin lebih rendah. Teori ini berbeda dengan TKH dengan menekankan proses kognitif dalam pembentukan hasil, yang dapat mempengaruhi kepuasan lebih dari sekadar konfirmasi harapan.

Pesatnya perkembangan infrastruktur digital dan penyebaran internet yang meluas konektivitas secara global, sejumlah besar teknologi dalam jaringan telah diperkenalkan selama beberapa dekade terakhir, yang memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dan berkomunikasi melalui internet [18]. Para ahli telah mempelajari kondisi yang mendorong adopsi dan difusi teknologi ini [19]- [20]. Namun, adopsi awal suatu teknologi tidak selalu menjamin kesuksesan komersial atau pemanfaatan yang bertahan lama. Misalnya, aplikasi Pokemon Go langsung menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia setelah dirilis pada tahun 2016 [21], namun kehilangan 79% pemain di Amerika Serikat pada pertengahan periode di tahun yang sama [22]. Pokemon Go bukanlah sendiri dalam menyaksikan adopsi yang cepat diikuti dengan kehilangan yang sama cepatnya. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang menjelaskan Niat Kelanjutan Penggunaan atau *Continuance Intention* (CI) semakin meningkat relevansi bagi para peneliti dalam pemasaran digital dan manajemen teknologi dalam jaringan. [7] mendefinisikan niat kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan sebagai 'niat individu individu untuk terus menggunakan teknologi yang terhubung dengan sistem informasi (berbeda dengan penggunaan awal atau penerimaan). CI telah dipelajari dalam berbagai pengaturan teknologi digital termasuk aplikasi seluler [23]- [24], e-learning [25]; [26], perbankan online [7]; [27], e-commerce [28],

platform ekonomi berbagi [29], jejaring sosial [30]- [31] dan layanan daring [32]. Teori Konfirmasi Harapan (TKH) menjelaskan bahwa niat kelanjutan penggunaan menjadi faktor akhir untuk terus berperan dan berkontribusi pada sistem teknologi. Selain itu Teori Konfirmasi Harapan telah banyak digunakan untuk mengukur niat penggunaan berkelanjutan dalam pengguna teknologi [7]; [33] - [34].

Pertumbuhan literatur yang cepat tentang kelanjutan penggunaan belum menyaksikan perkembangan tipologi teknologi digital yang diterima secara umum. Yan, et. al. [35] telah mengkategorikan jenis-jenis teknologi digital sebagai berikut: 1) perdagangan elektronik (e-commerce), yang melibatkan penggunaan teknologi online untuk membeli atau menjual produk; 2) e-layanan, yang berfokus pada platform online yang menyediakan layanan/produk berwujud seperti kebugaran online, pengiriman makanan, pemesanan dan penyimpanan tiket; 3) komunitas online, yang dapat dibagi lagi menjadi komunitas berbagi informasi/pengetahuan dan jejaring sosial [36]. Armstrong dan Hagel [37] mengindikasikan bahwa, berbeda dengan komunitas jejaring sosial, komunitas berbagi informasi didasarkan pada minat yang sama, di mana para anggotanya saling bertukar dan mencari topik tertentu yang menarik bagi mereka; 4) hiburan online, yang mengacu pada platform/aplikasi platform/aplikasi yang berfokus pada hiburan seperti game online dan streaming video (tidak termasuk jejaring sosial); 5) keuangan online, mengacu pada platform/aplikasi seperti perbankan online dan pembayaran mobile; 6) platform pembelajaran online/virtual, mengacu pada platform platform untuk mengakses materi pembelajaran secara online, yang memungkinkan peserta didik untuk belajar kapan saja dan di mana saja [26]. Penelitian Yan, et. al. [35] mengidentifikasi empat kelompok utama untuk memudahkan analisis dan perbandingan, yaitu: faktor psikologis, psikologis, faktor teknologi, sosial dan perilaku. Penelitian Davis [38] menyatakan jika niat perilaku merupakan prediktor terbaik dari keputusan untuk melakukan perilaku tertentu. Pengaruh positif dan signifikan dari CI terhadap perilaku penggunaan/kelanjutan yang sebenarnya adalah didukung oleh penelitian pada platform jejaring sosial [39]- [40].

Berdasarkan literatur yang ditinjau, terbukti bahwa para ahli manajemen layanan telah menggunakan Teori Konfirmasi Harapan (TKH) untuk menjelaskan sikap dan perilaku pelanggan selama penyampaian layanan dan transformasi organisasi. TKH telah diterapkan untuk mengeksplorasi proses psikologis di balik kepuasan, ketidakpuasan, dan loyalitas pelanggan, serta untuk memprediksi hasil pemulihan layanan dan niat perilaku pelanggan. Meskipun TKH telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman topik-topik ini dan telah mendorong penelitian lebih lanjut, para ahli layanan pada umumnya menerapkan teori tersebut tanpa melakukan revisi yang signifikan. Akibatnya, penggunaannya di bidang jasa telah meningkatkan kemampuan generalisasinya tanpa memberikan kontribusi perkembangan teori baru.

Salah satu bidang utama dalam penelitian manajemen layanan di mana TKH telah diterapkan adalah manajemen kualitas layanan. Berbagai penelitian telah menggunakan teori ini untuk memahami faktor-faktor yang mendorong atau menghambat keberhasilan pemulihan layanan dan kepuasan pelanggan. Temuan utama dari penelitian-penelitian ini adalah peran penting dari keterlibatan dan keterlibatan pelanggan dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepuasan layanan. Selain itu, TKH telah berperan penting dalam memahami proses psikologis di balik resistensi pelanggan terhadap perubahan layanan selama fase penyesuaian, ketidaksesuaian, atau transformasi. Sebagai langkah selanjutnya, para ahli layanan dapat memperluas implikasi dari teori ini dengan mengeksplorasi metode pengurangan ketidakpastian dalam organisasi layanan yang bertransformasi, mendiskusikan peran tim pemulihan layanan dan manajemen pengalaman pelanggan dalam menerapkan strategi tersebut. TKH juga telah diterapkan untuk memahami proses psikologis yang mendasari konflik etika terkait layanan. Konflik-konflik ini sering disebut sebagai prekursor yang signifikan terhadap ketidakpuasan dan ketidakterlibatan pelanggan, serta frustrasi manajerial ketika menangani dilema etika dalam penyampaian layanan. Seperti dalam manajemen kualitas layanan, peran strategi pengurangan ketidakpastian belum dieksplorasi secara luas dalam studi tentang etika layanan, sehingga menciptakan peluang untuk penelitian di masa depan.

TKH telah digunakan untuk mempelajari perilaku kewirausahaan di perusahaan rintisan berbasis layanan, serta niat perilaku dan tingkat kepuasan karyawan layanan. Namun, penelitian-penelitian ini terutama menerapkan teori tersebut sebagai mekanisme penjelasan untuk hubungan niat-kepuasan daripada berkontribusi pada teori itu sendiri atau mengintegrasikannya dengan kerangka kerja terkait seperti logika dominan layanan atau teori pemasaran hubungan. Untuk meningkatkan kegunaan TKH dalam manajemen layanan, penelitian di masa depan dapat mengintegrasikan teori tersebut ke dalam penelitian tentang berbagai masalah terkait layanan, seperti keadilan layanan, proses pengambilan keputusan untuk manajer dan karyawan layanan, adaptasi pendatang baru atau pelanggan minoritas dalam pengaturan layanan yang berbeda, faktor psikologis yang mendorong perilaku pelanggan yang menyimpang, dan pemeliharaan keharmonisan tim layanan melalui keselarasan ekspektasi karyawan dan pelanggan.

Niat kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan merupakan niat pelanggan untuk terus menggunakan pelayanan aplikasi. Hal ini juga dilihat sebagai perilaku niat dalam meneruskan berpartisipasi atau ikut mengambil peran dalam suatu situasi yang ditentukan. Penilaian seseorang untuk niat dalam menggunakan kembali yaitu menggunakan kembali layanan dari perusahaan yang sama dengan adanya pertimbangan kemungkinan dan situasi saat ini. Niat berkelanjutan dalam penggunaan teknologi sangat perlu dieksplorasi untuk melihat aspek yang mendorong pengguna tetap setia menggunakan teknologi. Niat untuk terus menggunakan dalam jangka panjang pada teknologi dapat dievaluasi untuk memastikan apakah teknologi yang digunakan lebih baik dari sebelumnya. Niat kelanjutan penggunaan juga dapat diartikan sebagai terbentuknya harapan layanan konsumen sebelum menggunakan dan setelah menggunakan, pengguna akan memutuskan apakah akan terus melanjutkan untuk menggunakan layanan atau tidak berdasarkan pengalaman ketika mereka sudah menggunakannya.

Seiring dengan matangnya penelitian tentang penerimaan teknologi online, perhatian telah beralih ke perilaku pasca-penerimaan atau penggunaan berkelanjutan. Penelitian tentang penggunaan berkelanjutan teknologi online di masa lalu umumnya dibagi menjadi dua aliran, yaitu penelitian berdasarkan model statis dan model proses. Penelitian model statis [41]; [42] didasarkan pada konsep seperti teori perilaku yang direncanakan (*Planned Behavior Theory*) [43] atau model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Theory*) [38] yang berusaha menjelaskan niat dan perilaku pengguna berdasarkan ekspektasi prospektif atau masa depan tentang penggunaan IT. Penelitian jenis proses [44]; [45] didasarkan pada teori konfirmasi harapan dari Oliver [2] atau kelanjutan penggunaan teknologi online Bhattarachejee [7] yang memperhitungkan elemen waktu dan mekanisme koreksi umpan balik. Berbeda dengan model statis, model proses menjelaskan niat dan perilaku pengguna berdasarkan persepsi retrospektif mereka yang didasarkan pada pengalaman penggunaan aktual. Berbeda dengan model statis seperti model penerimaan teknologi atau teori perilaku yang direncanakan, model proses seperti teori konfirmasi harapan dan teori kelanjutan penggunaan teknologi online dikembangkan khusus untuk perilaku pasca-adopsi.

#### 4. Kesimpulan

TKH tetap menjadi teori yang berpengaruh dalam menjelaskan dan memprediksi perilaku pelanggan, terutama dalam kaitannya dengan kualitas layanan dan kepuasan. Penerapannya telah menghasilkan wawasan manajerial yang penting, terutama di bidang retensi dan loyalitas. Teori Konfirmasi Harapan juga secara langsung menghubungkan harapan awal pengguna tentang suatu produk atau layanan teknologi dalam jaringan dengan kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan konsumen. Ketika penggunaan aktual memenuhi atau melampaui ekspektasi awal, pengguna mengalami konfirmasi, yang mengarah pada kepuasan dan kemungkinan lebih besar untuk penggunaan berkelanjutan. Sebaliknya, apabila pemakaian tidak memenuhi harapan (diskonfirmasi), pengguna mungkin menjadi tidak puas dan kecil kemungkinannya untuk melanjutkan penggunaan. Meskipun TKH telah digunakan untuk menghubungkan berbagai aspek perilaku konsumen, hanya ada sedikit bukti bahwa teori ini telah bertransformasi atau berevolusi menjadi model atau kerangka kerja baru. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa meskipun kontribusi TKH terhadap pengetahuan pemasaran jasa cukup besar, masih banyak ruang untuk penelitian lebih lanjut. Penerapan TKH dalam pemasaran jasa telah membantu meningkatkan kemampuan generalisasinya, namun belum mengarah pada modifikasi yang signifikan terhadap konsep, hubungan, atau asumsi inti teori tersebut. Niat untuk terus menggunakan sistem atau teknologi, terkait dengan teori konfirmasi harapan karena niat tersebut didorong oleh keyakinan individu bahwa upaya mereka akan menghasilkan hasil yang diinginkan, yang sejalan dengan fokus teori konfirmasi harapan pada hubungan antara upaya, kinerja, dan penghargaan. Pada dasarnya, pengguna cenderung terus menggunakan sistem jika mereka mengharapkannya bermanfaat dan menguntungkan. teori harapan membantu menjelaskan mengapa pengguna memutuskan untuk terus menggunakan teknologi. Jika pengguna berharap bahwa penggunaan berkelanjutan mereka akan menghasilkan hasil positif, misalnya dalam hal peningkatan produktivitas, kenyamanan, kesenangan dan mereka menghargai hasil tersebut, mereka akan cenderung menunjukkan niat untuk terus menggunakan. Intinya, teori harapan menyediakan kerangka kerja untuk memahami proses kognitif di balik niat untuk terus menggunakan, dan juga menyoroti bagaimana pengguna mempertimbangkan manfaat yang diharapkan dan upaya yang terlibat dalam penggunaan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan analisis komprehensif tentang topik TKH dan niat kelanjutan penggunaan, dengan melakukan tinjauan pustaka sistematis berdasarkan artikel relevan yang diterbitkan dalam bidang niat kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan dan teori konfirmasi harapan. Penelitian ini didasarkan pada literatur berdasarkan tahun, negara, teori dan model, metode penelitian, jenis teknologi daring, dan temuan. Setelah evaluasi, peneliti menyajikan kerangka konseptual dan mengidentifikasi agenda untuk penelitian mendatang. Ini terkait dengan bagaimana TKH dan niat kelanjutan penggunaan teknologi dalam jaringan diteliti. Diharapkan bahwa SLR dan agenda penelitian terkait yang didokumentasikan dalam makalah ini memberikan gambaran umum yang berguna tentang keadaan literatur saat ini dan arah untuk penelitian di masa mendatang.

**Pengakuan**

Penelitian ini dibiayai oleh Universitas Nurtanio Bandung melalui dana hibah internal skema penelitian tahun 2024.

**References**

- [1] R. L. Oliver, "Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation," *Journal of Applied Psychology*, vol. 62, no. 4, 1977.
- [2] R. L. Oliver, "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions," *Journal of Marketing Research*, vol. 17, 1980.
- [3] S. Chea and M. M. Lou, "Post-adoption behaviors of e-service customers: The interplay of cognition and emotion," *Journal of Electronic Commerce*, vol. 12, no. 3, pp. 29-56, 2008.
- [4] L. L. Price, E. J. Arnould and P. Tierney, "Going to Extremes: Managing Service Encounters and Assessing Provider Performance Service Encounter Dimensions, Provider Performance, and Service Outcomes," *Journal of Marketing*, vol. 59, 1995.
- [5] M. J. Bitner, B. H. Booms and M. S. Tetreault, "The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents," *Journal of Marketing*, vol. 54, 1990.
- [6] R. Maertens, F. M. Gotz, H. F. Golino, J. Roozenbeek, C. R. Schneider, Y. Kyrychenko, J. R. Kerr, S. Stieger, W. P. McClanahan, K. Drabot, J. He and S. van der Linden, "The Misinformation Susceptibility Test (MIST): A psychometrically validated measure of news veracity discernment.," *Behavior Research Method*, vol. 56, no. 3, pp. 1863-1899, 2024.
- [7] A. Bhattacharjee, "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model," *MIS Quarterly*, vol. 25, no. 3, pp. 351-370, 2001.
- [8] M. Kieran, "Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior," *Information Systems Research*, vol. 2, no. 3, pp. 173-191, 1991.
- [9] A. Fink, *Conducting Research Literature Reviews: From the Internet to Paper.*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2019.
- [10] A. Jula, E. Sundararajan and Z. Othman, "Cloud Computing Service Composition: A Systematic Literature Review," *Cloud computing service composition: A systematic literature review*, vol. 41, no. 8, pp. 3809-3824, 2014.
- [11] X. Fu, J. Zhang and F. S. Chan, "Determinants Of Loyalty To Public Transit: A Model Integrating Satisfaction-Loyalty Theory And Expectation-Confirmation Theory. Transportation Research Part A: Policy and Practice," vol. 113, no. -, pp. 476-490, 2018.
- [12] D. Halstead, "The Use Of Comparison Standards In Customer Satisfaction Research And Management: A Review And Proposed Typology," *Journal Of Marketing Theory And Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 13-26, 1999.
- [13] P. W. Anderson, "Resonating valence bonds: A new kind of insulator?," *Materials Research Bulletin*, vol. 8, no. 2, pp. 153-160, 1973.
- [14] K. Ailawadi, R. Aggarwal, L. Greenhalgh, G. Johar, P. Keller, K. Keller, C. Mela, S. Neslin, M. Pham, B. Schmitt, P. K. Kopalle and D. R. Lehmann, "Strategic Management of Expectations: The Role of Disconfirmation Sensitivity and Perfectionism," *Journal of Marketing Research*, vol. XXXVIII, 2001.
- [15] M. M. Wang and J. J. Wang, "Understanding solvers' continuance intention in crowdsourcing contest platform: An extension of expectation-confirmation model," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 14, no. 3, pp. 17-33, 2019.
- [16] J. S. Adam, "Toward An Understanding of Inequity," *Journal of Abnormal and, Social Psychology*, vol. 67, no. 5, 1963.
- [17] B. Weiner, *ATTRIBUTION THEORY*, New York: Springer, 1985, pp. 275-326.
- [18] Y. K. Dwivedi, N. P. Rana, E. L. Slade, N. Singh and H. Kizgin, "Editorial Introduction: Advances in theory and practice of digital marketing," *Journal of Retailing and Consumer Service*, vol. 53, no. -, pp. -, 2020.
- [19] C. Martin , T. Oliveira and A. Popovic, "Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application," *International Journal of Information Management*, vol. 34, no. 1, pp. 1-13, 2014.

- [20] P. Patil, K. Tamilmani, N. P. Rana and V. Raghavan, "Understanding Consumer Adoption of Mobile Payment in India: Extending Meta-UTAUT Model with Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, and Grievance Redressal," *International Journal of Information Management*, vol. 54, no. -, pp. -, 2020.
- [21] J. Grubb, "Pokémon Go outpaces Clash Royale as the fastest game ever to No.1 on the mobile revenue charts," 2016. [Online]. Available: <https://venturebeat.com/2016/07/11/pokemon-go-outpaces-clash-royale-as-the-fastestgame->. [Accessed 2025].
- [22] M. Iqbal, "Pokémon GO Revenue and Usage Statistics," 2019. [Online]. Available: <https://www.businessofapps.com/data/pokemon-go-statistics/>.
- [23] D. Amoroso and R. Lim, "The Mediating Effects of Habit on Continuance Intention," *International Journal of Information Management*, vol. 37, no. 6, pp. 693-702, 2017.
- [24] W. T. Wang, W. M. Ou and W. Y. Chen, "The Impact of Inertia and User Satisfaction on the Continuance Intentions to Use Mobile Communication applications: A Mobile Service Quality Perspective," *International Journal of Information Management*, vol. 44, no. -, pp. 178-193, 2019.
- [25] J. C. Roca and M. Gagne, "Understanding E-learning Continuance intention in The Workplace: A Self-determination Theory Perspective.," *Computers in Human Behavior*, vol. 24, no. 4, pp. 1585-1604, 2008.
- [26] G. Daghan and B. Akkoyunlu, "Modeling The Continuance Usage Intention of Online Learning Environments," *Computers in Human Behavior*, vol. 60, no. -, pp. 198-211, 2016.
- [27] D. Amoroso and R. Lim, "The Mediating Effects of Habit on Continuance Intentions," *International Journal of Information Management*, vol. 37, no. 6, pp. 693-702, 2017.
- [28] M. C. Cheung, Z. Zheng and M. O. Lee, "How the Conscious and Automatic Information Processing Modes Influence Consumers' Continuance Decision in an e-Commerce Website," *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, vol. 7, no. 2, pp. 25-44, 2015.
- [29] Y. Wang, Y. Asaad and R. Filieri, "What Makes Hosts Trust Airbnb? Antecedents of Hosts' Trust toward Airbnb and Its Impact on Continuance Intention," *Journal of Travel Research*, vol. 59, no. 4, pp. 686-703, 2020.
- [30] S. E. Chang, A. Y. Liu and W. C. Shen, "User Trust in Social Networking Services: A comparison of Facebook and LinkedIn," *Computers in Human Behavior*, vol. 69, no. -, pp. 207-217, 2017.
- [31] C. Gan and H. Li, "Understanding The Effects of Gratifications on The Continuance Intention To Use WeChat in China: A Perspective on Uses and Gratifications," *Computers in Human Behavior*, vol. 78, pp. 30-315, 2018.
- [32] Z. Lin and R. Filieri, "Airline Passengers' Continuance Intention Towards Online Check-in Services: The Role of Personal Innovativeness and Subjective Knowledge," *Transportation Research Part E*, vol. 81, no. C, pp. 158-168, 2015.
- [33] G. T. Toli and W. Bharata, "Adaptasi Expectation Confirmation Model dalam Pengukuran Continuance Intention dengan Menggunakan E-Service Quality pada Pengguna MyBCA," *International Journal of Community Service Learning*, vol. 8, no. 4, pp. 364-372, 2024.
- [34] Y. Zao and F. Bacao, "A comprehensive model integrating UTAUT and ECM with Espoused Cultural Values for Investigating Users' Continuance Intention of Using Mobile Payment," Vols. -, no. -, pp. -, 2020.
- [35] M. Yan, R. Filieri and M. Gorton, "Continuance Intention with Online Technologies: A systematic literature review," -, Vols. -, no. -, pp. -, 2021.
- [36] J. I. Cole, "The 2013 Digital Future Report - Center for the Digital Future," University of Southern California University of Southern California, 2013.
- [37] A. Armstrong and J. Hagel, "The Real Value of Online Communities," *Harvard Business Review*, vol. 74, no. 3, p. 134, 1996.
- [38] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, pp. 319-340, 1989.
- [39] M. M. Al-Debei, E. Al-Lozi and A. Papazafeiropoulou, "Why People Keep Coming Back to Facebook: Explaining and Predicting Continuance Participation From An Extended Theory of Planned Behaviour Perspective," *Decision Support Systems*, Vols. -, no. -, pp. 43-54, 2013.
- [40] M. Zhou, X. Cai, Q. Liu and W. Fan, "Examining Continuance Use on Social Network and Micro-blogging Sites: Different Roles of Self-image and Peer Influence," *International Journal of Information Management*, vol. 47, no. -, pp. 215-232, 2019.

- [41] E. Karahanna, D. Straub and N. Chervany, "Information Technology Adoption Across Time: A Cross-sectional Comparison of Pre-adoption and Post-adoption Beliefs," *Management Information Systems Quarterly*, vol. 23, no. 2, pp. 183-213, 1999.
- [42] J. C. Roca and M. Gagne, "Understanding E-learning Continuance Intention in The Workplace: A Self-determination Theory Perspective," *Computers in Human Behavior*, vol. 24, no. -, pp. 1585-1604, 2008.
- [43] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. -, pp. 179-211.
- [44] J. Y. Thong, S. J. Hong and K. Y. Tam, "The Effects of Post-adoption Beliefs on The Expectation–confirmation Model for Information Technology Continuance," *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 64, no. 9, pp. 789-810, 2006.
- [45] Y. S. Kang, S. Hong and H. Lee, "Exploring Continued Online Service Usage Behaviour: The Roles of Self-image Congruity and Regret," *Computers in Human Behavior*, vol. 25, no. 1, pp. 111-122, 2009.
- [46] satuvision, "satuvision," 2023. [Online]. Available: <https://www.satuvision.com/id/apa-yang-dimaksud-dengan-online-travel-agent/#apa-yang-dimaksud-dengan-online-travel-agent-ota>. [Accessed 27 January 2025].
- [47] A. Kaushik, "Mongage," 2023. [Online]. Available: <https://www.moengage.com/blog/industry-study-how-otas-in-indonesia-are-using-personalization-to-reduce-churn/>. [Accessed 28 September 2024].
- [48] "Statista," 2023. [Online]. Available: <https://www.statista.com/statistics/1200620/indonesia-most-used-online-travel-agencies/>. [Accessed 29 September 2024].
- [49] S. W. Chaniago and N. N. W. Widyanti, "kompas.com," 27 April 2024. [Online]. Available: <https://travel.kompas.com/read/2024/04/27/112700927/fenomena-pemesanan-hotel-2024-website-vs-ota>. [Accessed 27 Januari 2025].
- [50] idn times, "idntimes.com," 2024. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/business/economy/trio-hamdani/wansus-apakah-bisnis-travel-agent-madesu>. [Accessed 27 Januari 2025].
- [51] A. Balapour, I. Reyshav, R. Sabherwal and j. Azuri, "Mobile Technology Identity and Self-Efficacy: Implication for The Adoption of Clinically Supported Mobile Health Apps," *International Journal of Information Management*, vol. 49, no. -, pp. 58-68, 2019.
- [52] P. Cheng, Z. Ouyang and Y. Liu, "Understanding Bike Sharing Use Over Time by Employing Extended Technology Continuance Theory.," *Transportation Research Part A*, Vols. -, no. -, pp. 433-443, 2019.
- [53] W. Ahmad and J. Sun, "Antecedents of SMMA Continuance Intention in Two Culturally Diverse Countries: An Empirical Examination," *Journal of Global Information Technology Management*, vol. 21, no. 1, pp. 45-68, 2018.
- [54] B. Kim and J. Min, "The Distinct Roles of Dedication-based and Constraint-based Mechanisms in Social Networking Sites," *Internet Research*, vol. 25, no. 1, pp. 30-51, 2015.
- [55] Z. Mao, Q. Zou, T. Bu and Y. Dong, "Understanding the Role of Service Quality of Government APPs in Continuance Intention : An Expectation – Confirmation Perspective," vol. 1037, no. -, pp. 1-20, 2023.