

## **ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP FITUR MAGIC STUDIO APLIKASI CANVA PADA LINGKUP MAHASISWA MENGGUNAKAN METODE TAM**

### **ANALYSIS OF USER SATISFACTION WITH THE MAGIC STUDIO FEATURES OF THE CANVA APPLICATION IN THE STUDENT SCOPE USING THE TAM METHOD**

**Moh. Wahyu Abrory<sup>1\*</sup>, Puti Tsabita Najwa Arief<sup>2</sup>, Reyza Reyznata<sup>3</sup>, Muhammad Rakha Naufal<sup>4</sup>**

\*E-mail: [22082010075@student.upnjatim.ac.id](mailto:22082010075@student.upnjatim.ac.id)

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>3</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>4</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, UPN “Veteran” Jawa Timur

#### **Abstrak**

Penggunaan aplikasi *Canva* yang mengintegrasikan kecerdasan buatan (*AI*) dalam desain grafis telah menjadi topik menarik dalam lingkup akademik. Fitur *Magic Studio Canva*, yang memanfaatkan kecerdasan buatan (*AI*), menawarkan kemudahan dalam proses desain. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model *Technology Acceptance Model (TAM)*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarluaskan kepada 100 mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Analisis data dilakukan menggunakan *SmartPLS* untuk uji validitas, reliabilitas, dan hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan *Magic Studio Canva* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan pemanfaatan *AI*. Namun, niat untuk menggunakan fitur tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Empat dari lima hipotesis diterima, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan *Magic Studio Canva* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan pemanfaatan fitur *AI* di kalangan mahasiswa.

**Kata kunci:** *AI, Magic Studio Canva, Teknologi.*

#### **Abstract**

The use of the *Canva* application that integrates artificial intelligence (*AI*) in graphic design has become an interesting topic in the academic sphere. *Canva's Magic Studio* feature, which utilizes artificial intelligence (*AI*), offers convenience in the design process. This research uses a quantitative approach with the *Technology Acceptance Model (TAM)*. Data was collected through an online questionnaire distributed to 100 UPN “Veteran” East Java students. Data analysis was carried out using *SmartPLS* to test validity, reliability and hypotheses. The results show that the perceived usefulness and ease of use of *Magic Studio Canva* have a significant positive influence on satisfaction and utilization of *AI*. However, the intention to use the feature is not significant to user satisfaction. Four of the five hypotheses were accepted, indicating that the perceived usefulness and convenience of *Magic Studio Canva* played an important role in increasing satisfaction and utilization of *AI* features among students.

**Keywords:** *AI, Magic Studio Canva, Technology.*

## 1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi dan desain grafis yang berkembang dengan pesat telah melahirkan aplikasi *Canva* merupakan sebuah program desain berbasis *mobile* dan *website* yang menyediakan bermacam peralatan seperti presentasi, resume, poster, pamflet, brosur, grafik, infografis yang biasanya digunakan untuk kebutuhan bisnis maupun pendidikan [1], *Canva*, yang kini menjadi salah satu *platform* yang sangat diminati dan sering digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk di lingkungan akademik seperti UPN "Veteran" Jawa Timur. *Canva* menawarkan sejumlah fitur yang memudahkan pengguna dalam membuat desain tanpa perlu memiliki keahlian mendalam dalam desain grafis. Dalam upaya untuk terus meningkatkan kemampuan kreatif pengguna serta meningkatkan efisiensi dalam pembuatan desain, *Canva* telah mengintegrasikan kecerdasan buatan atau *artificial intelligence (AI)* dalam *platform* nya.

*Canva* mempunyai fitur *Magic Studio* sebagai "*All the Power of AI, All In One Place*" yang dimana fitur ini merupakan fitur yang *compact*. Seperti *tagline*-nya, fitur ini merupakan layanan yang menggabungkan penggunaan teknologi *artificial intelligence (AI)* untuk mengerjakan berbagai macam pekerjaan manusia terutama dalam sisi *grafis*, namun fungsi utama dalam aplikasi *Canva* ini adalah editing, baik foto, video, teks, presentasi, dan banyak lainnya. Fitur *Magic Studio: Canva* menawarkan solusi dalam menggabungkan keahlian manusia dan kekuatan *AI*, memungkinkan pengguna lebih mudah menciptakan desain yang kompleks dan menarik. Dengan demikian Inovasi yang dihadirkan adalah melalui pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* berbasis teknologi dengan berbantuan aplikasi *Canva* salah satunya dengan menggunakan produknya yaitu *Magic AI Studio* [2]. Penerapan *AI* adalah salah satu inovasi utama dalam pendidikan, menandai era baru dalam belajar dan mengajar, dengan pemanfaatan berbagai produknya di sekolah dan universitas [3].

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Proses Penelitian

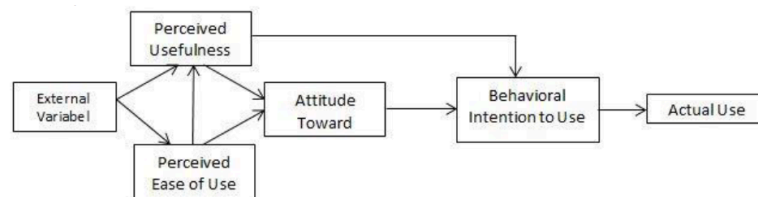


**Gambar 1. Proses Penelitian**

Pada gambar 1 di atas adalah rangkaian proses penelitian yang terdiri dari tahapan yang akan dilakukan pada sebuah penelitian agar penelitian berjalan dengan terarah [4]. Kegiatan dimulai dengan identifikasi dan perumusan masalah untuk menetapkan tujuan penelitian. Selanjutnya, hipotesis disusun berdasarkan tinjauan literatur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang dapat diukur atau diubah menjadi statistik. Model konseptual mengilustrasikan hubungan antar variabel dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*. Kuesioner dibuat dengan *Google Form* dan disebarluaskan daring. Data kuesioner kemudian dianalisis untuk menguji hipotesis dan menyimpulkan hasil penelitian.

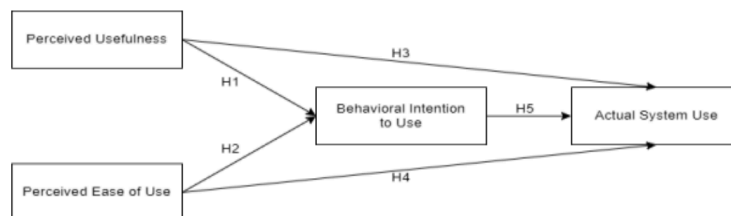
## 2.2 Model Konseptual Penelitian

Model Penerimaan Teknologi atau yang dikenal sebagai *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan sebuah teknik dan template kerja yang berfungsi untuk memodelkan bagaimana cara pengguna menerima dan melakukan adopsi terhadap suatu sistem di teknologi informasi. Metode *TAM* berfokus dalam menyelidiki pengaruh eksternal terhadap keyakinan, sikap, dan niat pengguna mengenai teknologi sistem informasi [5]. Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* menurut Davis lebih mengutamakan pada terhadap sikap, persepsi positif dan Negatif pandangan sebuah masyarakat terhadap teknologi, yang dimana Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* mengutamakan kemudahan dan efisiensi penggunaannya juga dapat memprediksi manfaat yang dirasakan oleh pengguna [6]. Selain itu, niat perilaku mengadopsi sistem diprediksi atas sikap dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Penelitian dilakukan menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* karena merupakan model yang efektif untuk menjelaskan serta untuk memprediksi proses penerimaan teknologi yang disampaikan oleh individu, di mana persepsi kegunaan mencakup keyakinan tentang peningkatan kinerja dan persepsi untuk kemudahan penggunaan mencakup keyakinan dan kemudahan teknologi tersebut [7].



**Gambar 2. Model TAM**

Menurut model TAM yang tergambar di atas, struktur konseptual yang dipergunakan mencakup berbagai variabel, termasuk persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), yang menunjukkan bagaimana pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan sistem aplikasi yang dirancang [8], niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention to use*) yang merupakan tingkat kekuatan niat seseorang untuk menggunakan sistem aplikasi tersebut [9], dan kondisi nyata penggunaan pada sistem (*Actual System Use*) digambarkan ke dalam frekuensi serta durasi waktu penggunaan sistem informasi [10].



**Gambar 3. Model Konseptual Penelitian**

Hipotesis berisikan suatu pernyataan ringkas yang bersifat sementara baik berupa hasil yang dirumuskan guna menjelaskan sebuah rumusan masalah yang ditentukan pada penelitian terkait. Dari kerangka konseptual yang terlihat pada gambar 3, berikut adalah hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini:

**H1:** Persepsi kegunaan *Magic Studio: Canva* secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Canva*

**H2:** Persepsi kemudahan penggunaan *Magic Studio: Canva* secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Canva*

**H3:** Persepsi kegunaan *Magic Studio: Canva* secara positif berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan fitur *artificial intelligence (AI)* pada *Canva*

**H4:** Persepsi kemudahan penggunaan *Magic Studio: Canva* secara positif berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan fitur *artificial intelligence (AI)* pada *Canva*

**H5:** Niat untuk menggunakan *Magic Studio: Canva* secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Canva*

### 2.3 Responden Penelitian

Responden yang digunakan ditentukan dengan teknik *probability sampling* yang bertujuan memberi peluang yang sama untuk setiap unsur populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel [11]. Teknik probabilitas yang diterapkan adalah pengambilan sampel bentuk acak sederhana, dan menggunakan rumus *lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel. Pengambilan sampel secara random sederhana (*Simple Random Sampling*) berupa memberikan penomoran berbeda untuk setiap anggota populasi, lalu menentukan sampel dengan kata yang acak. Kelebihan dari Teknik terkait adalah peneliti tidak perlu mengetahui populasi sebelumnya bebas dari kekeliruan klasifikasi yang kemungkinan terjadi [12].

Rumus *lemeshow* dipilih sebab populasi dari penelitian ini belum diketahui jumlahnya. Jumlah sampel didasarkan pada populasi Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2020-2023 dan tingkat kesalahan yang diizinkan sebesar 10%, kemudian dihitung dengan rumus *lemeshow* menghasilkan total 96 responden. Maka penelitian ini membutuhkan 96 responden yang akan diambil melalui kuesioner daring berisi 15 pernyataan sesuai dengan variabel dalam model konseptual penelitian.

### 2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dipakai adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur [13]. Pendekatan kuantitatif menggunakan pengukuran numerik dan kuesioner untuk memperoleh data objektif yang dapat dianalisis statistik, guna mendapatkan fakta dan angka. Data yang didapatkan dengan menggunakan Penyebaran Kuesioner merupakan data primer dalam kegiatan metode analisis [14]. Kuesioner dibuat menggunakan *Google Form* dan disebarluaskan melalui *WhatsApp*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Responden

Berdasarkan total 100 responden yang terlibat dalam pengumpulan data, bagian pertama kuesioner berisi data demografi, seperti informasi tentang tahun masuk, fakultas, dan program studi para responden. Berikut adalah persentase dari data tersebut:

Table 1. Data Demografi Responden

Kategori	Klasifikasi	Persentase	Total
Angkatan	2020	4%	100%

	2021	33%	
	2022	55%	
	2023	8%	
	Fakultas Ekonomi Bisnis	15%	
	Fakultas Teknik	4%	
	Fakultas Ilmu Sosial & Politik	57%	
Fakultas	Fakultas Arsitektur & Desain	14%	100%
	Fakultas Pertanian	8%	
	Fakultas Hukum	2%	

### 3.2 Instrumen Penelitian

Bagian kedua dari kuesioner merupakan instrumen penelitian yang mencakup pernyataan yang terkait dengan 4 variabel TAM yaitu persepsi kegunaan (PU), persepsi kemudahan (PEOU), niat untuk menggunakan (BI), dan kondisi aktual penggunaan sistem (AS). semua Instrumen ini menggunakan skala Likert dengan lima poin, antara Sangat tidak setuju hingga Sangat setuju. Model skala Likert berfungsi untuk mengekspresikan pandangan, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap peristiwa-peristiwa sosial [15]. Berikut ini adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini:

**Table 2. Instrumen Penelitian**

Variabel	Ket	Pernyataan
PU	PU1	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> memungkinkan saya lebih mudah dalam mendesain untuk keperluan perkuliahan.
	PU2	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> memungkinkan saya mendesain dengan lebih cepat.
	PU3	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> dapat meningkatkan keefektifan kinerja saya dalam hal perkuliahan.
PEOU	PEOU1	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> mudah untuk dipahami.
	PEOU2	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> mudah untuk digunakan.
	PEOU3	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> sangat fleksibel untuk digunakan.
	PEOU4	Penggunaan <i>Magic Studio: Canva</i> memudahkan saya berkolaborasi untuk mendesain.
BI	BI1	Saya menggunakan <i>Magic Studio: Canva</i> untuk mendapatkan pengalaman kolaborasi desain yang efektif.
	BI2	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>Magic Studio: Canva</i> untuk mendesain.
	BI3	Saya merekomendasikan <i>Magic Studio: Canva</i> sebagai media desain yang efektif menunjang kegiatan perkuliahan.
	BI4	Saya akan mengajak teman untuk berkolaborasi melalui <i>Magic Studio: Canva</i> .
AS	AS1	Saya memahami dan mengerti cara menggunakan <i>Magic Studio: Canva</i> .
	AS2	Saya sering menggunakan fitur <i>Magic Studio</i> dalam <i>Canva</i> ,

- 
- AS3 seperti pengenalan gambar atau saran desain.  
Saya sudah puas dengan fitur dan layanan yang diberikan *Magic Studio: Canva*.
  - AS4 Saya akan menyampaikan kepuasan terhadap *Magic Studio: Canva* kepada teman saya.
- 

### 3.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam analisis uji validitas menggunakan *SmartPLS* dan perhitungan *SEM-PLS*, validitas dibagi menjadi dua kategori, yaitu validitas konvergen dengan fungsinya untuk memastikan bahwa pemahaman responden terhadap indikator-indikator pernyataan pada setiap variabel laten sesuai dengan perspektif peneliti [16]. Kategori berikutnya adalah validitas diskriminan, yang memiliki fungsi dan tujuan memastikan perbedaan antara variabel.

▲	Actual System Usage	Behavioral Intention	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness
AS1	0.865			
AS2	0.837			
AS3	0.862			
AS4	0.856			
BI1		0.867		
BI2		0.816		
BI3		0.837		
BI4		0.908		
PEOU1			0.855	
PEOU2			0.890	
PEOU3			0.877	
PEOU4			0.880	
PU1				0.869
PU2				0.814
PU3				0.854

**Gambar 4. Nilai Outer Loading**

Nilai validitas konvergen dianggap memadai dalam *SmartPLS* ketika faktor loading melebihi 0,6 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* melebihi 0,5 [17]. Hasil analisis SEM-PLS di gambar 4 menunjukkan validitas semua indikator dan struktur kuesioner dianggap memenuhi standar minimal untuk faktor loading dan *AVE*. Uji Validitas Diskriminan mengecek apakah pernyataan mencerminkan variabel laten yang sesuai, mengidentifikasi perbedaan konsep variabel laten, dan dinilai melalui faktor *cross-loading* pada *SEM-PLS*. Validitas diskriminan memadai jika korelasi pada indikator pernyataan dengan variabel latennya lebih tinggi daripada korelasi dengan variabel laten lainnya [18].

	Actual System Usage	Behavioral Intention of Use	Perceived Ease of Use	Perceived of Usefulness
AS1	0.865	0.723	0.764	0.782
AS2	0.837	0.751	0.799	0.806
AS3	0.862	0.828	0.800	0.766
AS4	0.856	0.799	0.768	0.761
BI1	0.805	0.867	0.770	0.751
BI2	0.775	0.816	0.770	0.817
BI3	0.757	0.837	0.808	0.765
BI4	0.773	0.908	0.792	0.776
PEOU1	0.733	0.766	0.855	0.715
PEOU2	0.844	0.825	0.890	0.797
PEOU3	0.831	0.821	0.877	0.749
PEOU4	0.793	0.792	0.880	0.815
PU1	0.784	0.725	0.776	0.869
PU2	0.740	0.751	0.729	0.814
PU3	0.787	0.821	0.727	0.854

**Gambar 5. Discriminant Validity - Cross-Loading**

Berdasarkan perhitungan *cross loading factor* yang ditunjukkan pada gambar 5, maka kesimpulannya adalah bahwa semua variabel laten telah diwakili oleh setiap indikator

pertanyaan, karena kriteria validasi diskriminan telah terpenuhi. Artinya, setiap indikator variabel laten menunjukkan korelasi yang lebih kuat dengan variabel laten yang bersangkutan dibandingkan dengan variabel laten lainnya.

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Actual System Usage	0.878	0.878	0.916	0.731
Behavioral Intention of Use	0.880	0.880	0.917	0.736
Perceived Ease of Use	0.898	0.900	0.929	0.766
Perceived of Usefulness	0.801	0.803	0.883	0.716

**Gambar 6. Construct Reliability and Validity**

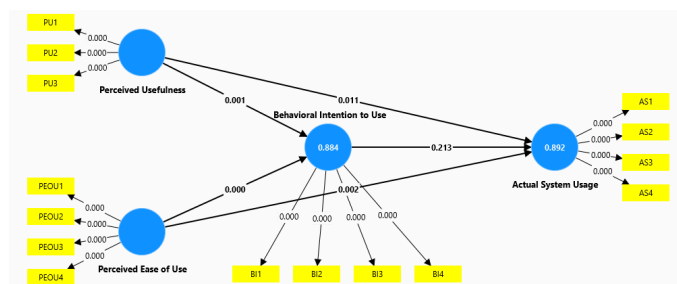
Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai kestabilan instrumen penelitian, termasuk indikator untuk masing-masing variabel laten [19]. Hal ini memastikan bahwa ketika instrumen penelitian digunakan kembali untuk mengamati fenomena yang sama, hasilnya konsisten atau dapat diandalkan. Sebuah instrumen penelitian dianggap reliabel jika nilai *cronbach's alpha* dan reliabilitas kompositnya melebihi 0,7, dengan reliabilitas komposit yang lebih tinggi daripada nilai *cronbach's alpha* menurut *SmartPLS*. Dari gambar 6, hasil perhitungan construct reliability *SEM-PLS* menunjukkan bahwa instrumen dapat diandalkan (reliabel) sebab nilai *cronbach's alpha* dan reliabilitas komposit setiap variabel laten melebihi 0,7 dan reliabilitas komposit lebih tinggi daripada nilai *cronbach's alpha*.

	R-square	R-square adjusted
Actual System Usage	0.892	0.888
Behavioral Intention of Use	0.884	0.882

**Gambar 7. Hasil dari Perhitungan R-square**

*R-Square* adalah koefisien yang menunjukkan pengaruh variabel endogen terhadap variabel lain. Skala *R-Square* meliputi  $>0,67$  membuktikan pengaruh besar,  $0,33-0,67$  menunjukkan pengaruh moderat, dan  $0,19-0,33$  menunjukkan pengaruh kecil. Tabel menampilkan *R-square* untuk "Actual System Usage" dan "Behavioral Intention of Use" untuk mengukur seberapa besar variabel memprediksi variabel dependen dalam model regresi. *R-square* "Actual System Usage" adalah 0.892, menandakan bahwa sekitar 89.2% variasi dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan nilai *R-square adjusted* adalah 0.888, menunjukkan kesesuaian dengan data. Sama halnya untuk "Behavioral Intention of Use", *R-square* adalah 0.884 dan nilai yang disesuaikan adalah 0.882, juga menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan data. Kedua model ini menunjukkan efektivitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

### 3.4 Hasil Uji Hipotesis



**Gambar 8. Hasil Bootstrapping dari Uji Hipotesis**

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel laten. Metode yang digunakan adalah perhitungan *bootstrapping* dengan

tingkat signifikansi 10%. Metode bootstrapping adalah metode yang dilakukan dengan basis *resampling berupa* data sampel dalam syarat pengembalian datanya ditujukan untuk menyelesaikan statistik dengan harapan sampel tersebut bisa mewakili data populasi yang asli [20]. Untuk menentukan signifikansi hubungan, nilai *P values* dan statistik *t* dijadikan acuan. Jika nilai *P values*  $\leq 0,1$  serta statistik *t*  $\geq 1,645$ , maka hubungan antara variabel laten tersebut dianggap signifikan. Sementara itu, arah pengaruh hubungan antar variabel laten dapat diketahui dari nilai original sample. Nilai positif mengindikasikan arah pengaruh yang positif, sedangkan nilai negatif menunjukkan arah pengaruh yang negatif antara variabel-variabel laten yang diuji.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O /STDEV)	P values
Behavioral Intention -> Actual System Usage	0.182	0.163	0.146	1.245	0.213
Perceived Ease of Use -> Actual System Usage	0.412	0.422	0.131	3.140	0.002
Perceived Ease of Use -> Behavioral Intention	0.524	0.508	0.141	3.726	0.000
Perceived Usefulness -> Actual System Usage	0.384	0.390	0.151	2.537	0.011
Perceived Usefulness -> Behavioral Intention	0.446	0.457	0.137	3.245	0.001

**Gambar 9. Hasil dari Perhitungan Path Coefficients**

Gambar 9 memperlihatkan hasil hipotesis sebagai berikut:

H1: Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa persepsi dari kegunaan *Magic Studio: Canva* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan fitur *AI* dengan nilai koefisien sebesar 0,446. Hasil ini diuji dengan statistik *t* yang lebih besar dari 1,645, dan nilai *P* yang kurang dari atau sama dengan 0,1. Oleh karena itu, hipotesis H1 dapat diterima, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan secara signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan fitur *Magic Studio: Canva*.

H2: Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *Magic Studio: Canva* secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *Canva*, dengan nilai koefisien sebesar 0,524. Uji statistik *t* juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari 1,645, dengan nilai *P* yang kurang dari atau sama dengan 0,1. Oleh karena itu, hipotesis H2 dapat diterima, menunjukkan persepsi kemudahan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi *Canva*.

H3: Temuan dari pengujian menyatakan bahwa persepsi kegunaan *Magic Studio: Canva* secara positif dan signifikan mempengaruhi pemanfaatan fitur *artificial intelligence (AI)* pada *Canva*, dengan nilai koefisien sebesar 0,384. Nilai statistik *t* lebih besar dari 1,645, dan *P value*-nya kurang dari atau sama dengan 0,1. Oleh karena itu, hipotesis H3 dapat diterima, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan secara signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan fitur *AI* pada *Canva*.

H4: Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *Magic Studio: Canva* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pemanfaatan fitur *artificial intelligence (AI)* pada *Canva*, dengan nilai koefisien sebesar 0,412. Uji statistik *t* juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari 1,645, dengan nilai *P* yang kurang dari atau sama dengan 0,1. Oleh karena itu, hipotesis H4 dapat diterima, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan fitur *AI* pada *Canva*.

H5: Namun, hasil pengujian menunjukkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan *Magic Studio: Canva* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Canva*, dengan nilai koefisien sebesar 0,182. Uji statistik *t* menunjukkan nilai yang kurang dari atau sama dengan 1,645, dan *P value*-nya lebih besar dari 0,1. Oleh karena itu, hipotesis H5



ditolak, menunjukkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan *Magic Studio: Canva* tidak signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *Canva*.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut hasil perhitungan yang telah dijalankan, dapat menyatakan hasil perhitungan menggunakan *tools SmartPLS* dalam menguji hipotesis menunjukkan adanya keterkaitan di antara variabel laten. Pada persepsi kegunaan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi *Canva* dengan hasil statistik sebesar 0,446, selanjutnya persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna untuk menggunakan aplikasi *Canva* dengan statistik  $t$  sebesar 0,524, persepsi kegunaan terhadap pemanfaatan fitur *artificial intelligence (AI)* pada *Canva* dengan statistik  $t$  sebesar 0,384, dan persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap pemanfaatan fitur *artificial intelligence (AI)* pada *Canva* dengan statistik  $t$  sebesar 0,412. Maka, kesimpulan yang dapat ditarik adalah berdasarkan lima hipotesis yang diajukan terdapat empat hipotesis yang diterima dan satu hipotesis yang ditolak. Sehingga dapat didefinisikan 80% dari variabel pada penelitian ini memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan fitur *Magic Studio: Canva* yang diberikan oleh aplikasi *Canva*.

#### 5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] A. Poerna Wardhanie, F. Fahminnansih, and E. Rahmawati, "Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan," *society*, vol. 2, no. 1, pp. 51–58, Oct. 2021, doi: 10.37802/society.v2i1.170.
- [2] S. P. Astuti, "Pemanfaatan canva design sebagai media pembelajaran mata kuliah fisika listrik statis," *NPJPE*, vol. 3, no. 1, pp. 8–15, Jul. 2021, doi: 10.30998/npjpe.v3i1.563.
- [3] A. W. Ou, C. Stöhr, and H. Malmström, "Academic communication with AI-powered language tools in higher education: From a post-humanist perspective," *System*, vol. 121, p. 103225, Apr. 2024, doi: 10.1016/j.system.2024.103225.
- [4] N., A. Ibrahim, and A. Ambarita, "SISTEM INFORMASI PENGADUAN PELANGGAN AIR BERBASIS WEBSITE PADA PDAM KOTA TERNATE," *IJIS*, vol. 3, no. 1, p. 10, Apr. 2018, doi: 10.36549/ijis.v3i1.37.
- [5] I. P. Samsuryaningrum and J. Rahayu, "ANALISIS ADOPSI PENERIMAAN TEKNOLOGI INFORMASI OLEH USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI KECAMATAN PANTI KABUPATEN JEMBER," *BISMA*, vol. 16, no. 1, p. 43, Mar. 2022, doi: 10.19184/bisma.v16i1.18001.
- [6] Euis Widanengsih and Yusuf, "PENERAPAN MODEL TEKNOLOGI ACCEPTANCE MODEL UNTUK MENGUKUR ADOPSI PENGGUNAAN APLIKASI PEMBUKUAN AKUNTANSI DAN KEUANGAN RUMAH TANGGA," *JAMAN*, vol. 2, no. 1, pp. 86–95, Apr. 2022, doi: 10.56127/jaman.v2i1.212.
- [7] B. Antaris, A. Faroqi, and A. Wulansari, "Faktor-Faktor Penerimaan Aplikasi Mobile Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya Dengan Metode TAM," *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, vol. 3, no. 6, pp. 843–851, Jun. 2023, doi: 10.30865/klik.v3i6.919.
- [8] V. Damayanti, "THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE OF USE ON PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE IN YOGYAKARTA UST SHOPEE USERS," *JIEB*, vol. 16, no. 2, pp. 99–109, Sep. 2019, doi: 10.31849/jieb.v16i2.2317.

- [9] F. Monica and E. Japarianto, "ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN MELALUI PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP BEHAVIOR INTENTION PADA DIGITAL PAYMENT," *pemasaran*, vol. 16, no. 1, pp. 9–15, Mar. 2022, doi: 10.9744/pemasaran.16.1.9-15.
- [10] S. B. Hermanto and P. Patmawati, "Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model," *jak*, vol. 19, no. 2, pp. 67–81, Nov. 2017, doi: 10.9744/jak.19.2.67-81.
- [11] N. F. Amin, S. Garancang, and K. Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian", *PILAR*, vol. 14, no. 1, pp. 15–31, Jun. 2023.
- [12] N. Suriani, Risnita, and M. S. Jailani, "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *J.Ihsan*, vol. 1, no. 2, pp. 24–36, Jul. 2023, doi: 10.61104/ihsan.v1i2.55.
- [13] Z. Afif, D. S. Azhari, M. Kustati, and N. Sepriyanti, "Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 3, no. 3, pp. 682–693, Jul. 2023, doi: 10.31004/innovative.v3i3.2260.
- [14] M. M. Sanaky, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH," *Jurnal Simetrik*, vol. 11, no. 1, pp. 432–439, Aug. 2021, doi: 10.31959/js.v11i1.615.
- [15] A. P. Perdana, T. L. M. Suryanto, and A. Faroqi, "Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Payment (Studi kasus Pengguna Aplikasi OVO)," *Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 12, no. 1, pp. 65–74, Apr. 2023, doi: 10.35889/jutisi.v12i1.1020.
- [16] D. Rahmawati, "PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PEGAWAI ADMINISTRASI DAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEGAWAI ADMINISTRASI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI LINGKUNGAN FISE UNY," *JPAI*, vol. 8, no. 2, Dec. 2010, doi: 10.21831/jpai.v8i2.951.
- [17] E. R. Aulia, D. D. Candra, and L. Wardani, "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI CANVA DI INDONESIA MENGGUNAKAN METODE TAM," *Com, Engine, Sys, Sci*, vol. 4, no. 1, pp. 128–140, Jul. 2023, doi: 10.46576/djtechno.v4i1.3313.
- [18] I. H. Rohmatulloh and J. Nugraha, "Penggunaan Learning Management System di Pendidikan Tinggi Pada Masa Pandemi Covid-19: Model UTAUT," *JPAP*, vol. 10, no. 1, pp. 48–66, Jul. 2022, doi: 10.26740/jpap.v10n1.p48-66.
- [19] A. N. Kamila, T. L. M. Suryanto, and A. Wulansari, "Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Sistem Informasi Rumah Sakit Siti Khodijah Muhammadiyah Sepanjang," *Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, vol. 8, no. 1, pp. 148–159, Feb. 2024, doi: 10.47080/saintek.v8i1.3082.
- [20] I. Rodliyah, "PERBANDINGAN METODE BOOTSTRAP DAN JACKKNIFE DALAM MENGESTIMASI PARAMETER REGRESI LINIER BERGANDA," *jmpm. jurnal. matematika. dan. pendidik. matematika.*, vol. 1, no. 1, p. 76, Mar. 2016, doi: 10.26594/jmpm.v1i1.516.