

ANALISIS FAKTOR PENERIMAAN APLIKASI BUMBLE TERHADAP NIAT PENGGUNA MELALUI PENDEKATAN METODE UTAUT

Sayyidah Nafisah¹⁾, Gading Putri Diniarti²⁾, Rhohmah Indah Mekar Sari³⁾

E-mail : ¹⁾sayyidahnf19@gmail.com , ²⁾gadingdnr@gmail.com, ³⁾rohmahindah738@gmail.com

¹⁾²⁾³⁾Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer UPN “Veteran” Jawa Timur

Abstrak

Kemajuan pesat dalam teknologi mengubah interaksi sosial, dan *Dating Apps* seperti Bumble semakin populer. Aplikasi Bumble diterima dengan baik oleh pengguna karena kemudahan penggunaan, fitur yang ramah pengguna, sikap dan minat perilaku pengguna aplikasi Bumble terhadap penggunaan Internet sebagai pendukung komunikasi. Namun, platform *Dating Apps* juga memiliki risiko seperti penipuan, pencurian data, dan pengalaman negatif seperti *ghosting* dan *body shaming*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor penerimaan niat pengguna dalam menggunakan aplikasi Bumble. Dengan mengaplikasikan model UTAUT (*Unified Theory of Technology Acceptance and Use*), penelitian ini melibatkan lima variabel independen dan satu variabel dependen. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), dan data diolah menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi fasilitasi (FE), kondisi fasilitas (FC), ekspektasi kinerja (PE), risiko yang dirasakan (PR), dan pengaruh sosial (SI) berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku aplikasi Bumble. Sebaliknya upaya yang diharapkan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku.

Kata Kunci: *Dating Apps, Bumble, UTAUT, SEM*

Abstract

Rapid advancements in technology are transforming social interactions, and dating apps like Bumble are becoming increasingly popular. Bumble is well-received by users due to its ease of use, user-friendly features, and the positive attitudes and behavioral intentions of its users towards utilizing the Internet for communication support. However, dating platforms also pose risks such as fraud, data theft, and negative experiences like ghosting and body shaming. This study aims to identify the factors influencing user acceptance intentions in using the Bumble app. By applying the UTAUT (Unified Theory of Technology Acceptance and Use) model, the study involves five independent variables and one dependent variable. The research employs a quantitative method with Structural Equation Modeling (SEM) analysis technique, and the data is processed using SmartPLS software. The results indicate that facilitating conditions (FC), performance expectancy (PE), perceived risk (PR), and social influence (SI) significantly affect behavioral intentions towards using Bumble. Conversely, effort expectancy does not have a significant impact on behavioral intentions.

Keywords: *Dating Apps, Bumble, UTAUT, SEM*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju memudahkan berbagai aktivitas manusia. Media sosial merupakan platform berbasis internet yang berfokus pada komunikasi intens antar pengguna, telah mengubah cara orang bertemu, menemukan pasangan, dan membentuk hubungan sosial. Salah satu contohnya adalah munculnya *Dating Apps* yang banyak digunakan sebagai jembatan dalam mencari teman atau mencari jodoh. Di Indonesia, aplikasi *online dating* sangat beragam, seperti Tantan, OkCupid, People Nearby, Tinder, Bumble, Badoo, Taaruf Id, dan lainnya.

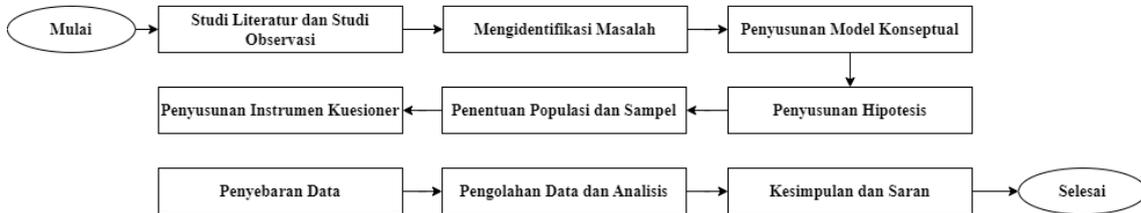
Aplikasi Bumble menjadi salah satu yang diterima dengan baik oleh pengguna karena kemudahan penggunaan, fitur yang bermanfaat bagi pengguna, sikap pengguna aplikasi bumble terhadap penggunaan internet sebagai pendukung komunikasi dan minat perilaku [1]. Berdasarkan data statistik pendapatan dan penggunaan aplikasi Bumble, ketika tahun 2022 menunjukkan bahwa aplikasi Bumble mengalami peningkatan unduhan dengan persentase peningkatan sebesar 27% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2023, aplikasi Bumble memiliki 50 juta pengguna aktif dan 2,5 juta pengguna berbayar. Dari segi demografi pengguna aplikasi Bumble 72% pengguna bumble berusia dibawah 35 tahun, dengan ratio gender 3:1 (pria - wanita). Pendapatan aplikasi Bumble meningkat 16% pada tahun 2023, mencapai \$243 juta dibandingkan dengan \$210 juta pada tahun 2022. Selain itu, pangsa pasar aplikasi Bumble di US naik menjadi 26,04% sehingga menjadikan aplikasi Bumble sebagai aplikasi kencan terbesar kedua setelah aplikasi Tinder, yang mengalami penurunan pangsa pasar [12].

Kemudahan akses *Dating Apps*, terdapat sebagian orang yang memanfaatkannya untuk melakukan hal-hal tidak senonoh dan menyalahgunakannya untuk hal-hal yang bersifat pornografi. Namun tidak semua orang memiliki tujuan dan alasan yang sama dalam menggunakan *Dating Apps*, mayoritas hanya untuk bersenang - senang dan mencari teman. Kejahatan yang masih sering terjadi dalam *Dating Apps* meliputi penipuan, pencurian data, dan ancaman komputer, yang dapat mengakibatkan pengalaman negatif seperti ghosting dan body shaming [9]. Keamanan siber di Aplikasi Bumble menjadi aspek yang sangat penting karena risiko berinteraksi dengan orang asing, termasuk potensi pemalsuan identitas. Meskipun demikian, Bumble yang digunakan oleh pengguna perempuan mengadopsi strategi khusus untuk melakukan kencan online yang lebih aman [13]. Oleh karena itu, memahami beberapa faktor yang mempengaruhi niat bagi pengguna dalam menggunakan *Dating Apps* menjadi sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor penerimaan aplikasi Bumble terhadap niat pengguna melalui pendekatan metode UTAUT. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) menganalisis lima faktor yang mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) pengguna aplikasi Bumble, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*). Metode kuantitatif dilakukan pada penelitian dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Data dianalisis dengan perangkat lunak SmartPLS. Penelitian ini mendapatkan hasil dengan mengidentifikasi faktor penerimaan aplikasi Bumble terhadap niat pengguna.

2. METODOLOGI

Penelitian ini membahas mengenai faktor penerimaan aplikasi Bumble terhadap niat melalui metode UTAUT. Tahapan penelitian akan dijelaskan secara rinci dalam bab metodologi penelitian untuk memastikan penelitian berjalan terstruktur. Berikut ini tahap pada penelitian ini:



Gambar 1. Tahap Penelitian

2.1 Studi Literatur dan Studi Observasi

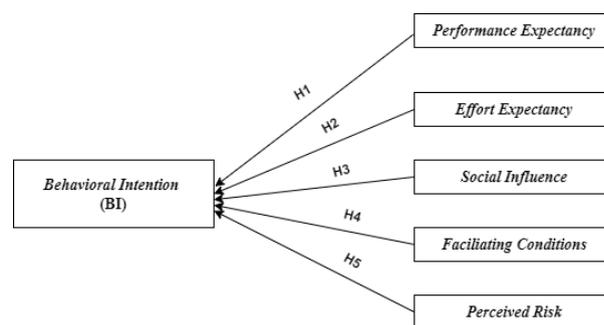
Naskah Pada tahap studi literatur, tujuannya adalah memahami dasar teori dan model penelitian terkait topik yang diambil. Ini melibatkan pencarian jurnal, artikel, dan referensi yang membahas faktor penerimaan niat penggunaan sistem informasi melalui pendekatan metode UTAUT, serta penelitian sebelumnya tentang kesuksesan sistem informasi dengan model yang sama. Selain itu, studi observasi dilakukan untuk mendukung studi literatur dengan mengamati beberapa aplikasi Bumble. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan data yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menemukan solusi bagi permasalahan yang ada.

2.2 Identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah yang dirumuskan adalah pertanyaan-pertanyaan yang akan menjadi fokus penelitian. Permasalahan yang teridentifikasi menjadi dasar untuk merumuskan pertanyaan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, pertanyaannya berfokus pada analisis faktor yang mempengaruhi terhadap niat dalam menggunakan *Dating Apps* menggunakan model UTAUT.

2.3 Penyusunan Model Konseptual

Setelah mengidentifikasi masalah, tahap selanjutnya melakukan penyusunan model konseptual. Model UTAUT yang akan digunakan untuk proses analisis *Dating Apps* pada penelitian ini seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Model Penelitian

2.4 Penyusunan Hipotesis

Berdasarkan model penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2, terdapat 5 variabel independen dan 1 variabel dependen. Mengacu pada model UTAUT, hipotesis penelitian dirumuskan seperti yang tercantum dalam Tabel 1.

Table 1. Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis
H1	<i>Performance Expectancy</i> berpengaruh signifikan dalam menentukan <i>Behavioral Intention</i> .
H2	<i>Effort Expectancy</i> berpengaruh signifikan dalam menentukan <i>Behavioral Intention</i> .
H3	<i>Social Influence</i> berpengaruh signifikan dalam menentukan <i>Behavioral Intention</i> .
H4	<i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh signifikan dalam menentukan <i>Behavioral Intention</i> .
H5	<i>Perceived Risk</i> berpengaruh signifikan dalam menentukan <i>Behavioral Intention</i> .

2.5 Penentuan Populasi dan Sampel

Penelitian ini melibatkan pengguna aplikasi Bumble sebagai populasi. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan yaitu *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan metode di mana probabilitas setiap unit sampel terpilih tidak diketahui sebelumnya. Penelitian ini melibatkan 100 pengguna Bumble dan menggunakan analisis deskriptif dan inferensial sebagai metode analisis data.

2.6 Penyusunan Instrumen Kuesioner

Instrumen pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada berbagai referensi dengan menyesuaikan topik terkait aplikasi Bumble. Kuesioner terdiri dari 23 pernyataan, masing - masing variabel EE, SI, FC, PE, dan BI memiliki 4 pernyataan, sedangkan variabel PE memiliki 3 pernyataan.

2.7 Penyebaran Data

Penelitian ini menggunakan survei daring untuk mencapai sampel yang ditentukan. Survei daring memungkinkan peneliti untuk menjangkau seluruh pengguna dating apps dengan lebih mudah dan dalam waktu yang relatif singkat. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui tools Google Form secara daring kepada pengguna Bumble melalui aplikasi WhatsApp, Telegram, Instagram, dan Line. Hal ini bertujuan untuk memperkuat model penelitian yang digunakan dengan mendapatkan informasi langsung dari lapangan.

2.8 Pengolahan Data dan Analisis

Data dari responden dikumpulkan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel. Selanjutnya, dilakukan analisis deskriptif dan inferensial (*Outer model* dan *Inner model*). Penelitian ini menerapkan teknik SEM-PLS karena mampu menangani model yang kompleks dengan banyak variabel, memungkinkan evaluasi hubungan di antara konstruk dalam model penelitian. Teknik SEM-PLS memungkinkan pengujian hubungan prediktif antara konstruk model penelitian dengan mempertimbangkan ada atau tidaknya pengaruh antar konstruk tersebut. Penelitian ini menggunakan program pengolah data SmartPLS untuk menganalisis data serta Uji Validitas dan Reliabilitas yang dikumpulkan dari responden.

2.9 Kesimpulan dan Saran hasil Penelitian

Pada tahap ini, penelitian menyimpulkan hasil analisis dan memberikan saran secara tertulis. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat menyampaikan informasi hasil penelitiannya kepada pembaca dengan lebih efektif dan jelas. Kesimpulan dan saran yang disajikan di bagian ini menjadi panduan bagi pembaca dalam memahami temuan penelitian dan mengambil tindakan yang relevan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang yang diteliti.

2.10 Pustaka

2.10.1 Definisi Bumble

Bumble adalah salah satu platform *Dating Apps* yang memiliki konsep unik. Saat pengguna membuat profil di Bumble, mereka dapat memilih informasi pribadi yang ingin mereka bagikan secara publik. Salah satu keunikan Bumble dibandingkan dengan *Dating Apps* lainnya adalah bahwa dalam situasi kecocokan (match), hanya wanita yang dapat memulai percakapan. Pria yang telah di-matching dengan wanita tidak dapat memulai percakapan terlebih dahulu dan harus menunggu inisiatif dari wanita. Fitur ini memberikan wanita lebih banyak kendali dan membantu mengurangi risiko pelecehan seksual yang sering terjadi di platform *Dating Apps* [11]. Bumble juga menawarkan fitur "mode BFF" yang memungkinkan pengguna mencari teman baru di sekitar mereka, serta "mode Bizz" yang ditujukan untuk menjalin hubungan profesional atau kolaborasi yang berbayar.

2.10.2 Konsep Model UTAUT

Model UTAUT merupakan sebuah kerangka teoritis yang digunakan untuk memahami dan meramalkan perilaku individu dalam menggunakan teknologi. Teori dikembangkan oleh Venkatesh dan tim peneliti pada tahun 2003, dan menjadi landasan utama dalam studi tentang adopsi teknologi. Model UTAUT mengidentifikasi sejumlah faktor penting yang mempengaruhi cara individu menggunakan teknologi, diantaranya:

1. *Performance expectancy*: Derajat kepercayaan individu bahwa menggunakan teknologi akan membantu meningkatkan kinerja.
2. *Effort expectancy*: Derajat mudahnya bagi individu untuk menggunakan teknologi.
3. *Social influence*: Derajat kepemimpinan dan kepemimpinan yang diperoleh dari penggunaan teknologi oleh individu dan masyarakat.
4. *Facilitating conditions*: Derajat keberadaan fasilitas yang mempermudah penggunaan teknologi, seperti kemudahan dan kepastian yang diberikan.

Model UTAUT telah digunakan dalam beberapa studi untuk memahami perilaku penggunaan teknologi, seperti penggunaan e-money dan pengadopsian internet.

2.10.3 Penelitian Sebelumnya

Terdapat beberapa penelitian terkait yang bisa dijadikan sebagai perbandingan maupun rujukan mengenai metode serta hasil yang dicapai pada penelitian ini. Berikut merupakan ulasan dari beberapa penelitian terkait:

Tabel 2. Penelitian Sebelumnya

No	Penulis	Topik	Metode	Hasil
1.	Hidayati & Ramdhani (2020)	Analisis Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Gojek Menggunakan Model UTAUT	UTAUT	Berdasarkan analisis data mengenai variabel <i>Performance expectancy</i> , <i>Effort expectancy</i> , <i>Social influence</i> , dan <i>Facilitating conditions</i> , ditemukan bahwa semua faktor dalam model UTAUT memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan aplikasi Gojek. Temuan ini

No	Penulis	Topik	Metode	Hasil
				menunjukkan bahwa penerimaan aplikasi Gojek oleh masyarakat sangat baik dan diterima dengan positif.
2.	Respati & Amalia (2021)	Intention Using Dating Apps in Indonesia	Non-Probability Sampling Method	Penelitian ini menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi kencan di Indonesia. Hasilnya mengungkap enam faktor yang signifikan: sikap seksual terbuka, motivasi cinta, kemudahan komunikasi, pencarian sensasi, kekinian, dan motivasi seks kasual. Namun, harga diri dan motivasi validasi harga diri tidak memainkan peran signifikan. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kencan di Indonesia mungkin didorong oleh motivasi yang berbeda dari budaya sebelumnya yang diteliti.
3.	Maulana, M. S., & Siahaan, M. (2023)	Penerimaan Aplikasi Dating Apps Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)	TAM	Hasil penelitian ini, aplikasi bumble diterima baik oleh penggunanya karena kemudahan penggunaan dan manfaatnya. Studi ini juga menemukan bahwa sikap dan niat perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi Bumble dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan penggunaan dan kegunaan aplikasi Bumble.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan ini mampu mendapatkan hasil analisis data survei yang dikumpulkan selama studi ini. Analisis deskriptif mencakup informasi mengenai karakteristik demografis dari responden yang mengisi kuesioner. Sementara itu, analisis inferensial difokuskan pada penilaian hasil dari model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*) yang terdapat dalam hipotesis penelitian.

3.1 Data Demografi Responden

Data demografi mencakup jenis kelamin, Usia, berapa lama telah menggunakan aplikasi Bumble. data ini digunakan untuk mengetahui latar belakang responden dan sebagai data variabel kontrol. Data demografi responden dapat dilihat dari jenis kelamin perempuan mendominasi sebanyak 57, dengan rentang usia yang paling tinggi 21 - 25 Tahun, dan sebanyak 77 orang dengan pemakaian aplikasi paling banyak kurang dari 1 Tahun.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki - Laki	43
Perempuan	57

Tabel 4. Usia Responden

Rentang Usia	Jumlah
> 17 Tahun	0
17 - 20 Tahun	22
21 - 25 Tahun	75
26 - 30 Tahun	3
35 - 40 Tahun	0
< 40 Tahun	0

Tabel 5. Berapa lama menggunakan aplikasi Bumble

Rentang Waktu	Jumlah
Kurang dari 1 Tahun	77
1 Tahun	16
2 Tahun	4
3 Tahun	2
Lebih dari 3 Tahun	1

3.2 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi dalam pengukuran ini bertujuan mengukur validitas dan keandalan indikator yang terdapat dalam kerangka penelitian. Proses evaluasi ini meliputi beberapa langkah kunci seperti analisis faktor muat, rata-rata varians diekstrak (AVE), reliabilitas komposit, dan alpha Cronbach. Bagian ini akan membahas tabel-tabel yang relevan serta interpretasinya terhadap beberapa variabel seperti Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Risiko yang Dirasakan, Kondisi Memfasilitasi, dan Niat Perilaku.

Tabel 6. Loading Factors dan AVE

Variabel	Indikator	Loading Factors	AVE
<i>Performance Expectancy</i>	1	0.864	0.730
	2	0.843	
	3	0.856	
<i>Effort Expectation</i>	1	0.838	0.693
	2	0.772	
	3	0.852	
	4	0.866	
<i>Social Influence</i>	1	0.745	0.659
	2	0.812	
	3	0.862	
	4	0.823	
<i>Facilitating Conditions</i>	1	0.871	0.668

Variabel	Indikator	Loading Factors	AVE
<i>Perceived Risk</i>	2	0.875	0.701
	3	0.755	
	4	0.760	
	1	0.832	
<i>Behavioral Intention</i>	2	0.855	0.708
	3	0.878	
	4	0.790	
	1	0.814	
	2	0.861	
	3	0.877	
	4	0.813	

Loading Factors menunjukkan seberapa baik indikator-indikator (item-item) mengukur konstruk yang dituju. Hasil nilai loading yang baik adalah ≥ 0.70 . Average Variance Extracted (AVE) mengukur jumlah varian yang ditangkap oleh konstruk relatif terhadap jumlah varian yang dihasilkan oleh kesalahan pengukuran. Nilai AVE yang direkomendasikan adalah $\geq 0,50$. Berdasarkan hasil Tabel 6 dapat diambil kesimpulan bahwa indikator - indikator model pengukuran memiliki validitas konvergen yang baik, dengan nilai loading factor diatas 0,70 dan nilai AVE di atas 0,50.

Tabel 7. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
<i>Performance Expectancy</i>	0.890	0.815
<i>Effort Expectation</i>	0.900	0.853
<i>Social Influence</i>	0.885	0.827
<i>Perceived Risk</i>	0.903	0.863
<i>Facilitating Conditions</i>	0.889	0.832
<i>Behavioral Intention</i>	0.907	0.862

Composite reliability mengukur reliabilitas internal dari indikator-indikator yang mengukur suatu konstruk. Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 7 nilai *composite reliability* yang baik adalah ≥ 0.7 , menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara konsisten mengukur konstruk yang sama. Nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.7 menunjukkan reliabilitas yang baik.

3.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* digunakan sebagai evaluasi hubungan antara konstruksi laten dan mengukur seberapa cocok inner model dengan data yang tersedia. Didapatkan uji hipotesis pada Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 8. Inner Model

Hipotesis	Path Coefficients	Keterangan
<i>Effort Expectation -> Behavioral Intention</i>	-0.113	Tidak Signifikan

Hipotesis	Path Coefficients	Keterangan
<i>Facilitating Conditions</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.345	Signifikan
<i>Performance Expectation</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.111	Signifikan
<i>Perceived Risk</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.144	Signifikan
<i>Social Influence</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.396	Signifikan

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa hipotesis H1,H3,H4,H5 secara signifikan dengan nilai *Path Coefficients* < 0,05. H2 tidak berpengaruh positif dan signifikan sehingga hipotesis ditolak.

Tabel 9. R-Square

Hipotesis	R-Square
<i>Behavioral Intention</i>	0.524

Berdasarkan R-Square pada tabel 9, ditemukan bahwa *behavioral intention* memiliki nilai 0,524. Hal ini menunjukkan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu sebesar 52,4%, sementara 47,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 10. F-Square

Korelasi Variabel	Nilai F-Square	Keterangan
<i>Effort Expectation</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.009	Sangat Kecil
<i>Facilitating Conditions</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.089	Besar
<i>Performance Expectation</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.015	Kecil
<i>Perceived Risk</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.036	Besar
<i>Social Influence</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0.134	Kecil

F-square digunakan untuk menilai apakah konstruk bebas memiliki dampak signifikan pada konstruksi terkait. Menurut aturan praktis, nilai *f-square* kurang dari 0,02, maka konstruk tersebut dapat diartikan memiliki pengaruh yang sangat kecil. Rentang antara 0,02 dan 0,15 menunjukkan pengaruh kecil, sedangkan antara 0,15 dan 0,35 menandakan pengaruh yang sedang. Nilai > 0,350 menunjukkan pengaruh yang besar [3].

Berdasarkan tabel korelasi variabel dan nilai *F-Square*, *Effort Expectation* memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai *F-Square* 0.009. *Facilitating Conditions* menunjukkan pengaruh yang besar terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai *F-Square* 0.089. *Performance Expectation* memiliki pengaruh kecil terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai *F-Square* 0.015. *Perceived Risk* juga menunjukkan pengaruh besar terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai *F-Square* 0.036. *Social Influence* memiliki pengaruh kecil terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai *F-Square* 0.134.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi Bumble merupakan platform *Dating Apps* yang digunakan untuk mencari pasangan atau teman. Penelitian menunjukkan adanya faktor penerimaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan Aplikasi Bumble, yaitu *Facilitating Conditions* (FE), *Facilitating Conditions* (FC), *Performance Expectation* (PE), *Perceived Risk* (PR), *Social Influence* (SI). Sementara itu, *Effort Expectation* (EE) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Bumble.

Saran yang diberikan adalah agar Aplikasi Bumble lebih memperhatikan faktor *Effort Expectation* (EE) untuk meningkatkan minat penggunaan aplikasi. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui media sosial seperti WhatsApp, Twitter, Instagram sehingga hasil data responden tidak merata. Penelitian di selanjutnya sebaiknya menyebarkan kuesioner di berbagai daerah di Indonesia agar data responden lebih representatif. Selain itu, data responden dapat mencakup informasi tentang lokasi pengguna dan tingkat pendidikan terakhir pengguna.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [2] Ahn, J. H., & Park, N. (2020). The effects of dating app use on social capital and loneliness: A social network perspective. *Computers in Human Behavior*, 106, 106241. (<https://lithub.com/swipe-right-for-loneliness-on-the-gamification-of-dating-apps/>)
- [3] Ajeng Respati, C. W., & Amalia, I. (2021). Intention using dating apps in Indonesia. 2021 9th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM). <https://doi.org/10.1109/citsm52892.2021.9588813>
- [4] Alotaibi, R. S., & Alshahrani, S. M. (2022). An extended DeLone and McLean's model to determine the success factors of e-learning platform. *PeerJ Computer Science*, 8. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.876>
- [5] Anugrah, M. D., & Ompusunggu, H. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN E-MONEY MELALUI APLIKASI PEMBAYARAN BERBASIS DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>
- [6] Ghozali, Imam (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- [7] GoodStats. (2023, November 14). Jumlah Pengguna Dating Apps Menunjukkan Tren Kenaikan. GoodStats. <https://goodstats.id/article/jumlah-pengguna-dating-apps-menunjukkan-trend-kenaikan-8r-gMG>
- [8] Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: *SAGE Publications*.
- [9] Hidayati, N., & Ramdhani, Y. (2020). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Gojek Menggunakan Model UTAUT. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(1), 85-95.
- [10] Khoirunnisa, R. N. Pengungkapan Diri Pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Dating App (Bumble).
- [11] Maulana, M. S., & Siahaan, M. (2023, March). Penerimaan Aplikasi Dating Apps Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *In ConCEPT-Conference on Community Engagement Project* (Vol. 3, No. 1, pp. 1000-1011).
- [12] Pruchniewska, U. (2020). "I Like That It's My Choice a Couple Different Times": Gender, Affordances, and User Experience on Bumble Dating. *International Journal of Communication*, 2422-2425.

- [13] Rodds, L. (2024, January 17). Bumble revenue and usage statistics 2023. Helplama.com. <https://helplama.com/bumble-revenue-usage-statistics/>
- [14] Sobieraj, S., & Humphreys, L. (2021). Forced Empowerment and the Paradox of Mobile Dating Apps. *Sage Journals*, 2-5.
- [15] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F.D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425- 478.