

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CONTINUANCE INTENTION DALAM PENGGUNAAN CANVA
(SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada
Program Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Yoni Sripani

2110521046


PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

	No. Alumni Universitas	Yoni Sripani	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Tanjung Barulak/22 Januari 2003 b) Nama Orang Tua : Edi Yosman dan Sri Afrianti c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Jurusan : Manajemen e) No Bp : 2110521046 f) Tanggal Lulus : 15 Januari 2025 g) Prediket Lulus: Pujian h) IPK : 3,82 i) Lama Studi : 3,5 Tahun j) Alamat Orang Tua : Tanjung Barulak, Kec. Tanjung Emas, Kab. Tanah Datar		

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUANCE INTENTION* DALAM PENGGUNAAN CANVA (SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS)

Skripsi oleh Yoni Sripani

Pembimbing : Prof. Dr. Vera Pujani, SE, MM.Tech

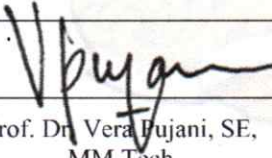
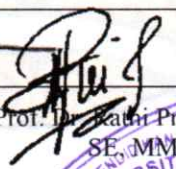

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *continuance intention* pengguna Canva. Variabel yang diuji meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *user satisfaction*, dan *continuance intention*. Data diperoleh melalui metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dari 250 responden. Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS versi 4.0. Hasil menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*. Pengguna yang merasa Canva memenuhi kebutuhan, mudah digunakan, mendapat dukungan sosial, dan memiliki kondisi pendukung yang baik menunjukkan kepuasan lebih tinggi. Selain itu, *user satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, yang menunjukkan bahwa kepuasan mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan Canva. Penelitian ini berkontribusi pada teori kepuasan dan keberlanjutan niat penggunaan teknologi serta memberikan implikasi praktis untuk pengembangan strategi pemasaran Canva.

Kata Kunci : *User Satisfaction*, *Continuance Intention*, *UTAUT*, *Canva*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 15 Januari 2025

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Vera Pujani, SE, MM.Tech	Prof. Dr. Ratri Prima Lita, SE, MM	Dr. Verinita, SE, M. Si

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Prof. Dr. Donard Games, SE. M.Bus (Adv)
NIP. 198011122005011003




Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: