

ABSTRAK

Dengan adanya peningkatan pada penggunaan media platform streaming saat ini, maka jumlah media platform streaming di Indonesia semakin bertambah salah satunya adalah Aplikasi RCTI Plus yang merupakan salah satu bagian unit bisnis dari perusahaan media besar di Indonesia yaitu MNC Group. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Reuse* pada Aplikasi RCTI Plus. Penelitian ini dilakukan berdasarkan hubungan antara tiga variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kesenangan, persepsi kegunaan dan niat penggunaan sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan di wilayah Kota Jakarta Barat. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Smart PLS (*Partial Least Square*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Reuse* pada Aplikasi RCTI Plus.

Kata kunci: Persepsi kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesenangan, Persepsi Kegunaan, Niat Menggunakan Kembali, Manajemen Pemasaran, *Technology Acceptance Model*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

With the increasing usage of streaming media platforms, the number of streaming platforms in Indonesia is also growing, including the RCTI Plus Application, which is a business unit of a major media company in Indonesia, the MNC Group. This research aims to identify the main factors influencing the intention to use the RCTI Plus Application. The study is conducted based on the relationship between three independent variables, specifically perceived ease of use, perceived enjoyment, perceived usefulness, and intention to reuse as a dependent variable. The research employs a quantitative method, utilizing a questionnaire distributed in the city Jakarta Barat area. Sampling is conducted using non-probability sampling. The data analysis technique used in this research is SmartPLS (partial least squares). The results of this research show that perceived ease of use, perceived enjoyment, and perceived usefulness have a positive effect on intention to reuse the RCTI Plus application.

Keywords: *Perceived ease of use, Perceived enjoyment, Perceived usefulness, Intention to reuse, Marketing Management, Technology Acceptance Model*

