

***PENGARUH ADOPSI AUGMENTED REALITY DALAM  
KAMPANYE PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN  
CONTINUANCE INTENTION TO USE (STUDI PADA  
PENGGUNA APLIKASI SUPERNATA)***

**Sumayyah Aziz**

**1710621006**



*Intelligentia - Dignitas*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2025**

***THE IMPACT OF AUGMENTED REALITY ADOPTION IN  
MARKETING CAMPAIGN ON ENHANCING CONTINUANCE  
INTENTION TO USE (A STUDY ON SUPERNATA  
APPLICATION USER)***

**Sumayyah Aziz**

**1710621006**



*Intelligentia - Dignitas*

**This Thesis Is Prepared As One of Requirements to Obtain A Bachelor Of  
Business Degree at The Faculty of Economics and Business State University of  
Jakarta**

**DIGITAL BUSINESS STUDIES PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2025**

## ABSTRAK

*Sumayyah Aziz, Pengaruh Adopsi Augmented Reality dalam Kampanye Pemasaran terhadap Peningkatan Continuance Intention to Use (Studi Pada Pengguna Aplikasi Supernata), Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. 2025*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *User Experience* dan *Continuance Intention to Use* pada aplikasi Supernata. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada pengguna aplikasi Supernata. Populasi penelitian ini adalah pengguna aplikasi Supernata, dengan sampel yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 200 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, dengan total 18 indikator. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan metode SEM-PLS. Dari 7 hipotesis yang diajukan, 5 diantaranya memiliki hasil yang signifikan, sementara 2 lainnya ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi *Augmented Reality* memiliki pengaruh signifikan antara *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *User Experience* dan *Continuance Intention to Use*. Namun, *Perceived Ease of Use* tidak signifikan dengan *User Experience* dan *Continuance Intention to Use*.

**Kata Kunci:** *Augmented Reality, Continuance Intention to Use, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Experience*

## ABSTRACT


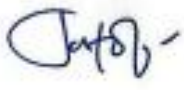

*Sumayyah Aziz, The Impact of Augmented Reality Adoption in Marketing Campaigns on Enhancing Continuance Intention to Use (A Study on Supernata Application Users, Thesis. Jakarta: Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2025*

This Study aims to examine the relationships between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, User Experience, and Continuance Intention to Use in Supernata App. The study employed a quantitative approach, with data collected through online questionnaires distributed to Supernata Application users. The population of this study consisted of Supernata application users, with a sample determined using purposive sampling techniques, involving 200 respondents and a total of 18 indicators. Data were collected using a Likert scale to measure respondents' perceptions of the research indicators. Data analysis was conducted using the SEM-PLS method. Out of the 7 hypotheses proposed, 5 were found to be significant, while the remaining two were rejected. The results of this study indicate that the adoption of Augmented Reality significantly influences the relationships between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, User Experience and Continuance Intention to Use. However, Perceived Ease of Use was found to have no significant impact on User Experience and Continuance Intention to Use.

**Keywords:** Augmented Reality, Continuance Intention to Use, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Experience

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI





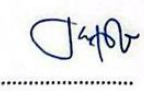
### Lembar Persetujuan Sidang Skripsi

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SIDANG SKRIPSI	
<p>Pembimbing 1</p>  <p>Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 5 Januari 2025</p>	<p>Pembimbing 2</p>  <p>Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 198103222023212013 5 Januari 2025</p>
<p>Mengetahui, Koordinator Program Studi Bisnis Digital</p>  <p>Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 5 Januari 2025</p>	
<p>Nama : Sumayyah Aziz No. Registrasi : 1710621006 Program Studi : S1 Bisnis Digital</p>	

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## Lembar Pengesahan Skripsi

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, M.Ak 199102282020121010 Ketua		11 Februari 2025
2	Adnan Kasofi, S.Pd, MBA 199107022023211023 Penguji 1		4 Februari 2025
3	Diena Noviarini, M.M.Si 197511152008122002 Penguji 2		3 Februari 2025
4	Dr. Osly Usman, M.Bus 197401152008011008 Pembimbing 1		11 Februari 2025
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM 198103222023212013 Pembimbing 2		11 Februari 2025

Nama : Sumayyah Aziz  
No. Registrasi : 1710621006  
Program Studi : S1 – Bisnis Digital  
Tanggal Lulus :

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sumayyah Aziz  
NIM : 1710621006  
Prodi : Bisnis Digital  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Adopsi *Augmented Reality* dalam Kampanye Pemasaran terhadap Peningkatan *Continuance Intention to Use* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Supernata).

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 9 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Sumayyah Aziz

NIM. 1710621006

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sumayyah Aziz.....  
NIM : 1710621006.....  
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis/S1 Bisnis Digital.....  
Alamat email : Mayaalv17@gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Adopsi Augmented Reality Dalam Kampanye Pemasaran Terhadap Peningkatan Continuance  
Intention to Use (Studi Pada Pengguna Aplikasi Supernata)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Maret 2025

Penulis

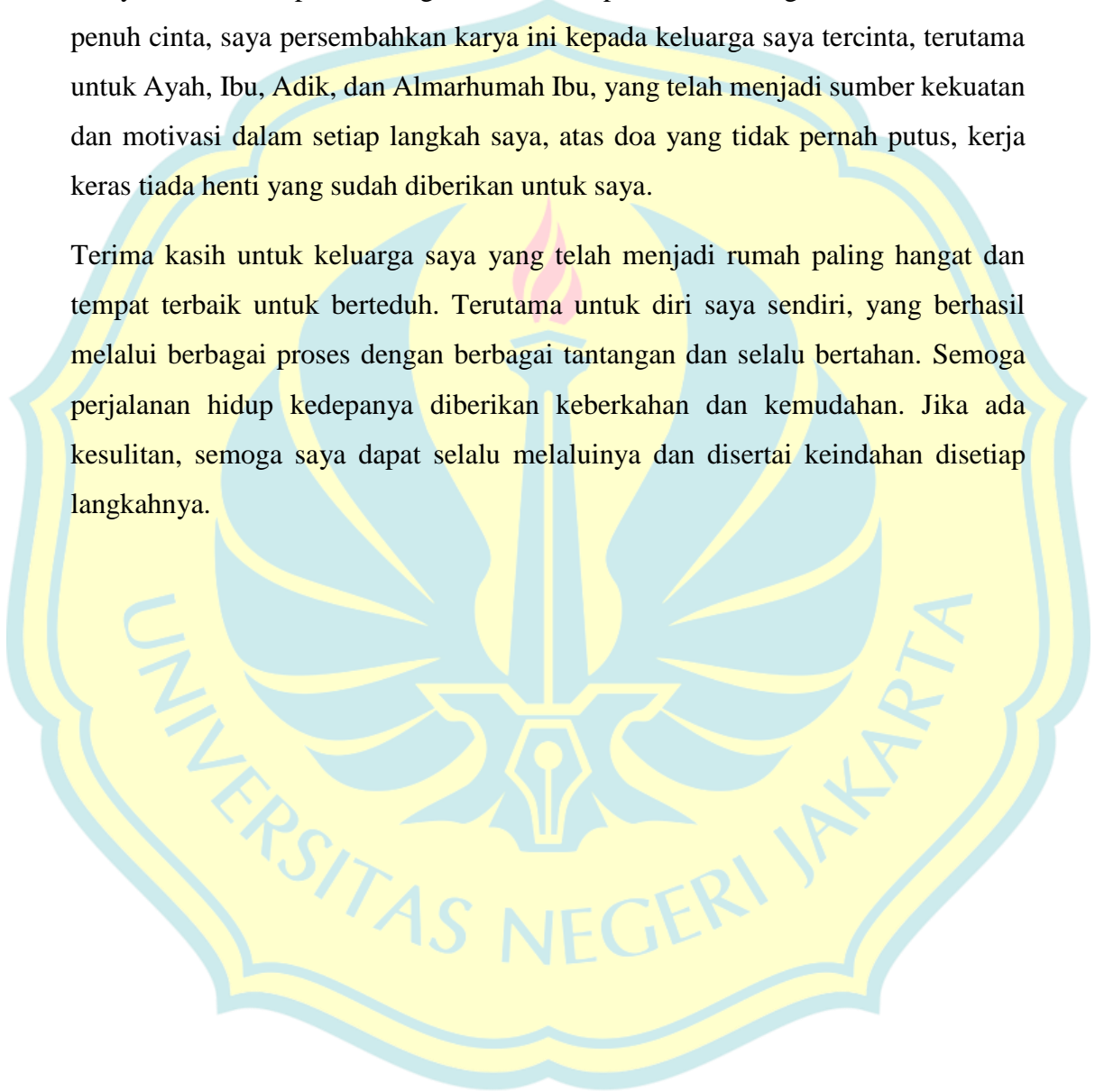
  
( Sumayyah Aziz )  
nama dan tanda tangan



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan kasih sayang-Nya yang tak terhingga, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan rasa hormat dan penuh cinta, saya persembahkan karya ini kepada keluarga saya tercinta, terutama untuk Ayah, Ibu, Adik, dan Almarhumah Ibu, yang telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi dalam setiap langkah saya, atas doa yang tidak pernah putus, kerja keras tiada henti yang sudah diberikan untuk saya.

Terima kasih untuk keluarga saya yang telah menjadi rumah paling hangat dan tempat terbaik untuk berteduh. Terutama untuk diri saya sendiri, yang berhasil melalui berbagai proses dengan berbagai tantangan dan selalu bertahan. Semoga perjalanan hidup kedepannya diberikan keberkahan dan kemudahan. Jika ada kesulitan, semoga saya dapat selalu melaluinya dan disertai keindahan disetiap langkahnya.



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa melimpahi kehidupan kita. sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Adopsi *Augmented Reality* dalam Kampanye Pemasaran terhadap Peningkatan *Continuance Intention to Use* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Supernata)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan arahan yang berharga dari berbagai pihak dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Osly Usman, M.Bus, selaku dosen pembimbing 1 dan Koordinator Program Studi S1 yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti sejak awal proses penulisan seminar proposal hingga selesai skripsi.
2. Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari sejak awal proses penulisan skripsi hingga selesai.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

4. Seluruh dosen Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta serta Staf Program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sangat membantu peneliti dalam mengurus proses administrasi dan pemberkasan.
5. Pihak Supernata yang sudah mengizinkan peneliti untuk menjadikan aplikasinya sebagai objek dalam penelitian ini.
6. Seluruh keluarga, orang tua, serta adik peneliti yang tiada hentinya memberikan dukungan, doa dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman dan kerabat, terutama Farid, Harits, Kirayna, Fikri, Nurshinta, Brili, Ade, Syafwan, Salma, mba umi, kak Sindy dan Nadya yang telah menemani proses perkuliahan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti menerima dengan terbuka segala saran dan kritik yang membangun agar penelitian skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Diharapkan penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi peneliti serta bagi para pembaca dan peneliti lain yang akan melanjutkan penelitian ini.

Jakarta, 9 Desember 2024

  
Sumayyah Aziz

NIM. 1710621006

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	vi
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II</b> .....	16
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Teori Pendukung .....	16
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	16
2.1.2 <i>Expectation Confirmation Model</i> .....	17
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i> .....	18
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	20
2.1.5 <i>User Experience</i> .....	22
2.1.6 <i>Continuance Intention to Use</i> .....	24
2.2 Kerangka Teori .....	26
2.3 Hipotesis .....	27
2.3.1 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>User Experience</i> .....	27
2.3.2 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>User Experience</i> .....	29

2.3.3 <i>User Experience</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> .....	30
2.3.4 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> .....	31
2.3.5 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> .....	32
2.3.6 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> yang dimediasi <i>User Experience</i> .....	34
2.3.7 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> yang dimediasi <i>User Experience</i> .....	36
<b>BAB III</b> .....	38
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	38
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
3.1.1 Waktu Penelitian.....	38
3.1.2 Tempat Penelitian .....	38
3.2 Desain Penelitian .....	39
3.2.1 Metode Penelitian .....	39
3.2.2 Sumber Data .....	39
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
3.3.1 Populasi Penelitian.....	40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
3.3.1 Populasi Penelitian.....	40
3.3.2 Sampel Penelitian .....	40
3.4 Pengembangan Instrumen .....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6 Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1 <i>Outer Model</i> .....	50
3.6.2 <i>Inner Model</i> .....	51
<b>BAB IV</b> .....	54
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	54
4.1 Deskripsi Data .....	54
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	57
4.2 Hasil.....	68
4.1.2 <i>Outer Model</i> .....	68
4.2.2 <i>Inner Model</i> .....	80
4.3 Pembahasan .....	93

4.3.1 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>User Experience</i> .....	93
4.3.2 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>User Experience</i> .....	96
4.3.3 <i>User Experience</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> .....	98
4.3.4 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> .....	100
4.3.5 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> .....	104
4.3.6 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> yang dimediasi <i>User Experience</i> .....	106
4.3.7 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Continuance Intention to Use</i> yang dimediasi <i>User Experience</i> .....	110
<b>BAB V</b> .....	113
<b>PENUTUP</b> .....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Implikasi.....	115
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	115
5.2.2 Implikasi Praktis .....	116
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	118
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	121

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Augmented Reality Market Size and Growth .....	3
Gambar 1.2 Ulasan Pengguna Aplikasi Supernata .....	6
Gambar 1.3 Ulasan Pelanggan Supernata .....	7
Gambar 1.4 Keluhan Pelanggan Supernata.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	27
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	55
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan .....	56
Gambar 4.5 Hasil Outer Loading .....	70



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kebaruan Penelitian .....	10
Tabel 1.2 Penelitian Yang Akan Diteliti .....	10
Tabel 3.1 Timeline Waktu Penelitan.....	38
Tabel 3.2 Instrumen Perceived Usefulness .....	42
Tabel 3.3 Instrumen Perceived Ease of Use.....	43
Tabel 3.4 Instrumen User Experience .....	45
Tabel 3.5 Instrumen Continuance Intention to Use .....	47
Tabel 4.1 Responden Analisis Deskriptif Variabel Perceived Usefulness .....	57
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perceived Usefulness.....	57
Tabel 4.3 Responden Analisis Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use.....	58
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use .....	60
Tabel 4.5 Responden Analisis Deskriptif Variabel User Experience .....	61
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel User Experience .....	63
Tabel 4.7 Responden Analisis Deskriptif Variabel Continuance Intention .....	64
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Continuance Intention to Use .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian.....	70
Tabel 4.11 Hasil Heteroit Monotrait Ratio (HTMT) .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Penelitian .....	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji R-Square .....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Q-Square.....	83
Tabel 4. 16 Hasil Uji Path Coefficient .....	84
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Direct Effect .....	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Indirect Effect.....	87



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner .....	135
Lampiran 2 Saran dan Perbaikan Skripsi .....	150
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Dosen Pembimbing Seminar Proposal .....	151
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Seminar Proposal .....	154
Lampiran 5 Persetujuan Dosen Pembimbing Seminar Proposal .....	155
Lampiran 6 Surat Persetujuan Seminar Proposal Penelitian .....	156
Lampiran 7 Persetujuan Dosen Pembimbing .....	157
Lampiran 8 Surat Persetujuan Sidang Skripsi .....	158
Lampiran 9 Pengajuan Syarat Sarjana .....	159
Lampiran 10 Surat Keterangan Pendaftaran Ujian Skripsi .....	160
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi .....	161
Lampiran 12 Lembar Persetujuan Perbaikan Setelah Seminar Proposal .....	162
Lampiran 13 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal .....	163
Lampiran 14 Saran dan Perbaikan Seminar Proposal .....	164
Lampiran 15 Hasil Tabulasi .....	165
Lampiran 16 Riwayat Hidup Penulis .....	170