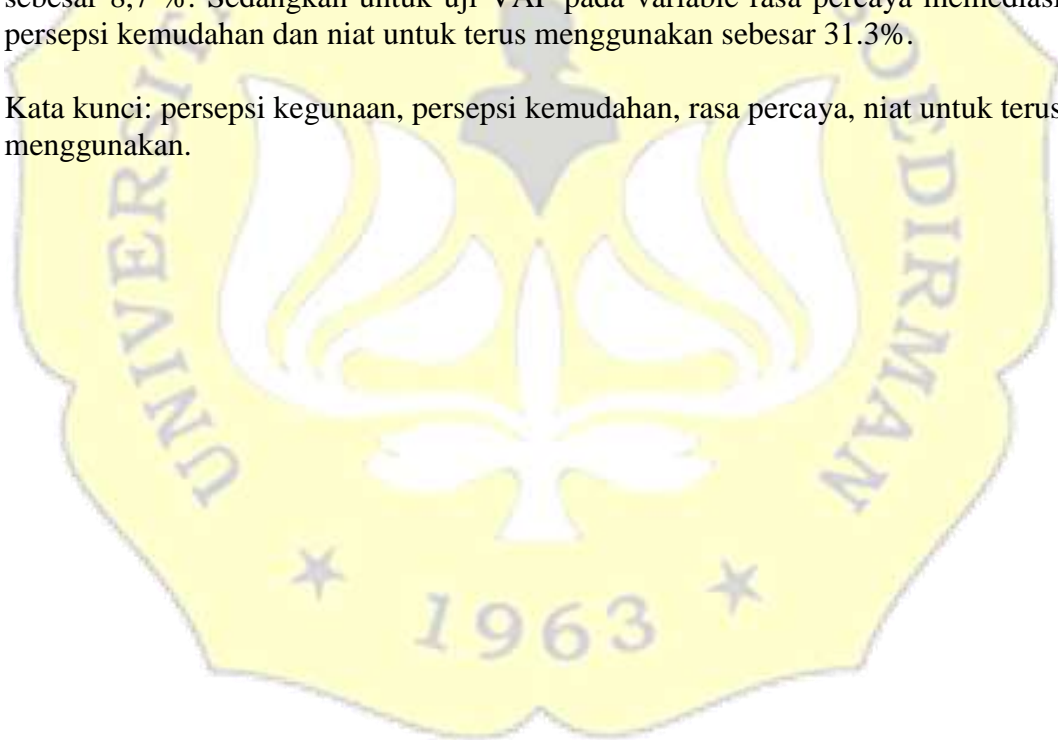


## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi perpustakaan digital Kubuku dengan rasa percaya sebagai variable intervening. Populasi pada penelitian ini yaitu anggota perpustakaan digital yang sudah pernah menggunakan aplikasi Kubuku. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah PLS SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan reabilitas semua variable dinyatakan valid dan reliable. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi perpustakaan digital Kubuku. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasa percaya tidak memediasi persepsi kegunaan dan niat untuk terus menggunakan karena uji VAF diperoleh hasil sebesar 8,7 %. Sedangkan untuk uji VAF pada variable rasa percaya memediasi persepsi kemudahan dan niat untuk terus menggunakan sebesar 31.3%.

Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, rasa percaya, niat untuk terus menggunakan.



## ***SUMMARY***

This study aims to determine the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on continuance intentions Kubuku digital library application with trust as an intervening variable. The population in this study are digital library members who have used the Kubuku application. This study used a non-probability sampling method with a sample of 100 respondents. The analysis tool used is PLS SEM. The results of this study indicate that based on the validity and reliability tests, all variables are declared valid and reliable. From the results of the study it can be seen that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive effect on continuance intentions the Kubuku digital library application. The results of this study indicate that trust does not mediate perceived usefulness and continuance intentions because the VAF test obtained results of 8.7%. As for the VAF test on the trust variable mediating the perception of ease and continuance intention using by 31.3%.

Keywords: perceived usefulness, perceived ease of use, trust, intention to continue using.

