DETERMINASI NIAT KEBERLANJUTAN PENGGUNAAN SMARTWATCH DI INDONESIA: PERAN PENTING *SELF-QUANTIFICATION BEHAVIOR*

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

ASTRELLA CALLISTA PUTRI RAHARJO
NIM. B1021211169

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

DETERMINASI NIAT KEBERLANJUTAN PENGGUNAAN SMARTWATCH DI INDONESIA: PERAN PENTING *SELF-QUANTIFICATION BEHAVIOR*

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

ASTRELLA CALLISTA PUTRI RAHARJO
NIM. B1021211169

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Astrella Callista Putri Raharjo
NIM	: B1021211169
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Karya Akhir	: Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch di Indonesia: Peran Penting *Self-Quantification Behavior*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 10 Januari 2025



Astrella Callista Putri Raharjo
NIM. B1021211169

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Astrella Callista Putri Raharjo
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi*	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

Judul Karya Akhir* :
Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch di Indonesia: Peran Penting *Self-Quantification Behavior*

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 10 Januari 2025



Astrella Callista Putri Raharjo
NIM. B1021211169

LEMBAR YURIDIS

DETERMINASI NIAT KEBERLANJUTAN PENGGUNAAN SMARTWATCH DI INDONESIA: PERAN PENTING *SELF-QUANTIFICATION BEHAVIOR*

Penanggung jawab Yuridis

Astrella Callista Putri Raharjo
B1021211169

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 10 Januari 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Giriati, S.E., M.E. NIP. 196107241987112001	15/01/25	
Pembimbing 2	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. NIP. 198502072006042001	15/01/25	
Penguji 1	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. NIP. 197509212000032005	15/01/25	
Penguji 2	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. NIP. 196908171995121004	15/01/25	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program MBKM Riset dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 10 JAN 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Prabowo, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **"Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch di Indonesia: Peran Penting *Self-Quantification Behavior*"** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada Ayah dan Ibu tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Prof. Dr. Giriati, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan karya akhir ini.
7. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Lapangan MBKM Riset yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.
8. Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji MBKM Riset yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya akhir ini.
9. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Dosen Penguji MBKM Riset yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya akhir ini.
10. Dosen MBKM Riset serta Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya pada Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga dari awal masuk kuliah hingga proses penyelesaian karya akhir.
11. Adik perempuan penulis, yakni Ardelia Areta Putri Raharjo yang selalu memberikan do'a dan dukungan yang tiada habisnya kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.
12. Keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir.
13. Rekan pejuang riset penulis, yakni Weni Trisnawati, Tesa Lonika, Theresa Putri Yunita Baras, Chery Adinda, Sasqia Cansa Miranda, Rizki Wahyuni

Putri, Khujjah Ayu Asria, Dela Amiarti, Laras Kusuma Astuti, dan Rifana Uthri Ardia yang telah bersama-sama berjuang dari awal hingga selesainya proses penulisan karya akhir ini.

14. Rekan lain penulis, yakni Nadia Ulya Aflachah, Ramadhini Bestari Putri, David Ferianto, Goku Syahlidi, Agata Yuspita, Erica Octaviani, Adhistya Vidia Wulandari, Fatamasya Az Zahra Rizani, Adristi Ishak, Riska Amelia Putri Permatasya, Karisa Cantika Putri, Nanda Permata Lutfina, Anisa Shafarianti, Rahma Juliariska, Viana Sonata, Adilah Fikri, Naura Ramadhania, Wiga Pratiwi, Laras Auranisa, serta teman-teman lain yang tidak dapat penulis tulis satu per satu yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir.
15. Semua pihak yang selalu memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa dituliskan satu per satu.
16. Diri saya sendiri, karena bisa tetap bertahan sampai akhir meskipun perjalanannya tidak semulus yang dibayangkan. Terima kasih karena telah mengupayakan segala usaha maksimal demi menyelesaikan karya akhir ini dengan baik.

Pontianak, 10 Januari 2025



Astrella Callista Putri Raharjo
NIM. B1021211169

Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch di Indonesia: Peran Penting *Self-Quantification Behavior*

Astrella Callista Putri Raharjo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat berlanjut menggunakan smartwatch karena meningkatnya fenomena adopsi smartwatch sebagai *wearable device* untuk melacak aktivitas fisik dan psikologis menjadi fokus baru yang penting bagi pemasar. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* dari 204 responden yang merupakan pengguna aktif smartwatch di Indonesia. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM di perangkat lunak SmartPLS versi 4. Hasil menunjukkan *self-quantification behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *confirmation*, menunjukkan pemantauan data diri melalui smartwatch dianggap bermanfaat dan sesuai harapan. *Confirmation* meningkatkan *perceived usefulness* dan *satisfaction*, sementara *perceived usefulness* dan *enjoyment* signifikan terhadap *satisfaction*. Sebaliknya, *perceived usability* dan *perceived aesthetics* tidak signifikan terhadap *satisfaction*. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh pada *continuance intention* secara signifikan. *Satisfaction* signifikan memengaruhi *continuance intention* dan memediasi hubungan antara *perceived usefulness* dengan *continuance intention*. Lalu, *habit* berhasil memediasi hubungan antara *satisfaction* dan *continuance intention*, namun peran moderasi *habit* ditolak. Temuan ini diharapkan berkontribusi pada kajian pemasaran dan memberikan rekomendasi bagi pemasar untuk menciptakan inovasi yang lebih mendukung kebutuhan praktis, seperti integrasi dengan layanan kesehatan digital serta analisis data aktivitas aktivitas fisik, pola tidur, atau kondisi kesehatan secara otomatis yang berbasis *artificial intelligence* (AI).

Kata kunci: *Self-Quantification Behavior, Perceived Usefulness, Confirmation, Satisfaction, Continuance Intention*

Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch di Indonesia: Peran Penting *Self-Quantification Behavior*

Astrella Callista Putri Raharjo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the factors influencing the intention to continue using a smartwatch because the growing trend of smartwatch adoption as a wearable device to track physical and psychological activities has become an important new focus for marketers. Data was collected through an online questionnaire from 204 respondents who are active smartwatch users in Indonesia. Results show that self-quantification behavior significantly positively affects perceived usefulness and confirmation, indicating that monitoring self-data through smartwatches is considered beneficial and as expected. Confirmation increases perceived usefulness and satisfaction, while perceived usefulness and enjoyment are significant to satisfaction. In contrast, perceived usability and perceived aesthetics are not significant to satisfaction. Perceived usefulness does not significantly affect continuance intention. Satisfaction significantly affects continuance intention and mediates the relationship between perceived usefulness and continuance intention. Then, habit successfully mediates the relationship between satisfaction and continuance intention, but the moderating role of habit is rejected. The findings are expected to contribute to marketing studies and provide recommendations for marketers to create innovations that better support practical needs, such as integration with digital health services and automatic analysis of physical activity data, sleep patterns, or health conditions based on artificial intelligence (AI).

Keywords: *Self-Quantification Behavior, Perceived Usefulness, Confirmation, Satisfaction, Continuance Intention*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch di Indonesia: Peran Penting *Self-Quantification Behavior*

1. Latar Belakang

Smartwatch merupakan perangkat teknologi pintar yang dapat dikenakan (*wearable device*). Fungsi smartwatch lebih dari sekadar sebagai penunjuk waktu, namun dapat terhubung ke *smartphone* melalui *bluetooth* yang dapat menampilkan notifikasi, melacak aktivtas kebugaran, melakukan panggilan, mengirim pesan, dan menjalankan berbagai aplikasi (Chuah et al., 2016). Menurut (Butcher & Hussain, 2022), pasar smartwatch mengalami lonjakan tahunan yang signifikan sebesar 24% pada tahun 2021, dengan lebih dari 40 juta unit dikirimkan pada kuartal keempat. Hal ini disebabkan karena pandemi Covid-19 yang mengubah perilaku masyarakat menjadi hobi berolahraga, sehingga smartwatch menjadi pilihan yang tepat untuk mendeteksi kebugaran dan telah menjadi bagian penting dari gaya hidup atau *lifestyle* di kehidupan modern (Sieniawska et al., 2024). Secara global, terdapat lebih dari 219,43 juta pengguna smartwatch dengan masing-masing persentase pengguna pria dan wanita adalah 23% dan 21,8% di tahun 2023 (Shewale, 2024). Sedangkan di Indonesia sendiri jumlah pengguna smartwatch mencapai 16,2% dari total penduduk yaitu sebesar 43,7 juta orang (Kemp, 2023). Di tahun 2024 diperkirakan pasar industri smartwatch global bernilai USD 80,20 miliar dan diproyeksikan akan menyentuh USD 186,00 miliar pada tahun 2029 (Market Data Forecast, 2024).

Pasar smatwatch saat ini didominasi oleh berbagai merek populer, seperti Apple, Samsung, Garmin, Fitbit, Amazfit, Huawei, dan lain sebagainya. Persaingan yang kian kompetitif di dunia smartwatch Indonesia mendorong perusahaan untuk mengetahui perilaku pengguna untuk terus terikat dalam menggunakan smartwatch. Keberhasilan di pasar teknologi tergantung pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pengguna saat ini dan mendorong penggunaan yang berkelanjutan (*continuance intention*), sebab mempertahankan pengguna saat ini cenderung cukup sulit dibandingkan mencari pengguna potensial yang baru (Bölen, 2020). Bagi perusahaan, penggunaan smartwatch yang berkelanjutan oleh pelanggan sangat menguntungkan karena memungkinkan penjualan aksesori, layanan, serta model lanjutan (Siepmann & Kowalczuk, 2021). Hal ini tentu saja mendatangkan *benefit* yang positif bagi perusahaan. *Continuance intention* mengacu pada kemungkinan atau keinginan konsumen untuk terus menggunakan produk atau layanan secara terus menerus (Jamil et al., 2022).

Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk terus menggunakan smartwatch sangat penting karena banyaknya aspek yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan perangkat ini. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat untuk melanjutkan penggunaan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *inspiration*,

well-being, health-technology, perceived ease of use, compatibility, fashionability, functionability, perceived health outcomes, social comparison tendency, consumer inovativeness, hedonic value, utilitarian value, attitude, subjective norms, serta *perceived behavior* (Chuah, 2019; Dehghani, 2018; Gupta et al., 2021; Hong et al., 2017; Shafique et al., 2019). Namun, masih minim studi yang mengeksplorasi secara komprehensif mengenai aspek emosional dan pengalaman pengguna, serta kebiasaan. Secara teori, penelitian ini bertujuan untuk memperluas *Expectation-Confirmation Theory* (ECT) dengan menambahkan variabel *self-quantification behavior*, yaitu perilaku spesifik di mana pengguna secara aktif memantau dan menganalisis data diri mereka melalui perangkat *wearable*. Perilaku ini menjadi semakin penting dalam konteks smartwatch, namun belum banyak dikaji secara mendalam dalam kerangka ECT. Selain itu, penelitian ini juga mengintegrasikan variabel emosional berupa *enjoyment* yang menggambarkan kesenangan pengguna dalam berinteraksi dengan smartwatch, serta variabel kognitif seperti *perceived usability* dan *perceived aesthetics* yang mengevaluasi kemudahan penggunaan dan estetika perangkat. Aspek *habit* juga akan dieksplorasi untuk memahami bagaimana kebiasaan dapat memperlemah atau memperkuat pengaruh kepuasan terhadap niat melanjutkan penggunaan. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi *gap* terkait dengan peran aspek emosional, pengalaman pengguna, serta kebiasaan dalam penggunaan smartwatch. Hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas model ECT serta memberikan wawasan baru bagi pengembangan produk *wearable* terutama smartwatch di pasaran.

2. Masalah Penelitian

Merujuk pada latar belakang masalah dalam uraian variabel di atas, peneliti berusaha menjawab beberapa hal yang berkaitan dalam industri smartwatch yang mempengaruhi niat berlanjut menggunakan smartwatch di Indonesia. Merek-merek yang bersaing dalam industri smartwatch harus mampu mengetahui perilaku penggunanya supaya dapat mempertahankan penggunaan tersebut di masa depan. Maka dapat dibuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1) Apakah terdapat hubungan antara *Self-Quantification Behavior* terhadap *Perceived Usefulness*?
2) Apakah terdapat hubungan antara *Self-Quantification Behavior* terhadap *Confirmation*?
3) Apakah terdapat hubungan antara *Confirmation* terhadap *Perceived Usefulness*?
4) Apakah terdapat hubungan antara *Confirmation* terhadap *Satisfaction*?
5) Apakah terdapat hubungan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction*?
6) Apakah terdapat hubungan antara *Enjoyment* terhadap *Satisfaction*?

7) Apakah terdapat hubungan antara *Perceived Usability* terhadap *Satisfaction*?
8) Apakah terdapat hubungan antara *Perceived Aesthetics* terhadap *Satisfaction*?
9) Apakah terdapat hubungan antara *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*?
10) Apakah terdapat hubungan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*?
11) Apakah *Satisfaction* memediasi hubungan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*?
12) Apakah *Habit* memediasi hubungan antara *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*?
13) Apakah *Habit* memoderasi hubungan antara *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, diantaranya:

1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Self-Quantification Behavior* terhadap *Perceived Usefulness*.
2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Self-Quantification Behavior* terhadap *Confirmation*.
3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Confirmation* terhadap *Perceived Usefulness*.
4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction*.
5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction*.
6) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Enjoyment* terhadap *Satisfaction*.
7) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Usability* terhadap *Satisfaction*.
8) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Aesthetics* terhadap *Satisfaction*.
9) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*.
10) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*.
11) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mediasi *Satisfaction* dalam hubungan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*.
12) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mediasi *Habit* dalam hubungan antara *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*.
13) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh moderasi *Habit* dalam hubungan antara *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini diukur menggunakan skala likert 1 sampai 7 (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Agak Tidak Setuju, 4 = Netral, 5 = Agak Setuju, 6 = Setuju, 7 = Sangat Setuju). Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif berupa asosiatif-kausal yang dibuat menggunakan *google formulir* yang disebarkan secara *online* melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan LinkedIn. Populasi penelitian mencakup seluruh pengguna aktif smartwatch yang berdomisili di wilayah Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampelnya yaitu: (1) Berdomisili di wilayah Indonesia, (2) Berusia minimal 17 tahun, (3) Pengguna aktif smartwatch, (4) Aktif melakukan pengukuran aktivitas diri (seperti aktivitas fisik, kesehatan, atau pola hidup) di smartwatch. Ukuran sampel dalam penelitian ini merujuk pada pendapat (Ferdinand, 2014) yaitu jumlah variabel bebas dikali 25. Karena penelitian ini terdapat 5 variabel bebas, maka jumlah sampel minimal yaitu 125 orang. Pengumpulan data dilakukan dari tanggal 15 September hingga 2 Oktober 2024 dengan total 204 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan SmartPLS versi 4 dengan teknik analisis PLS-SEM.

5. Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *self-quantification behavior* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *confirmation*, menunjukkan pentingnya pemantauan data diri melalui smartwatch. *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dan *satisfaction*, sedangkan *perceived usefulness* dan *enjoyment* signifikan meningkatkan *satisfaction*. Sebaliknya, *perceived usability* dan *perceived aesthetics* tidak signifikan terhadap *satisfaction* karena responden sudah terbiasa menggunakan smartwatch. Selain itu, *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* dan memediasi hubungan *perceived usefulness* dengan *continuance intention*, namun *perceived usefulness* tidak memengaruhi langsung tanpa *satisfaction*. Sementara itu, *habit* memediasi hubungan *satisfaction* dengan *continuance intention*, tetapi tidak memoderasi hubungan tersebut, hal ini memberi wawasan baru untuk mendorong penelitian lanjutan guna mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat memoderasi hubungan ini.

6. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Penelitian ini memperluas literatur bahwa perilaku pengguna terhadap teknologi digital semakin berfokus pada personalisasi dan *data-driven insights*. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya *enjoyment* sebagai faktor emosional yang signifikan dalam membentuk kepuasan pengguna, memperkaya literatur terkait aspek emosional dalam penggunaan teknologi *wearable*. Secara praktis, hasil penelitian ini menyarankan inovasi pada fitur-fitur berbasis *artificial intelligence* (AI), seperti integrasi layanan

kesehatan digital dan analisis otomatis data aktivitas fisik atau pola tidur, guna meningkatkan efisiensi pengguna dalam memantau data aktivitas mereka dan memastikan keberlanjutan penggunaan smartwatch. Teknologi AI membuka peluang baru yang belum pernah ada sebelumnya dalam hal peningkatan efisiensi dan inovasi dalam dunia bisnis (Afifah, 2024).

b. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan atau limitasi yang tidak dapat dicapai oleh peneliti karena keterbatasan dari segi waktu serta kondisi. Pengumpulan data responden hanya dilakukan secara *online* yang sebaran respondennya tidak merata, serta hanya diperoleh 204 responden. Selain itu, demografi responden juga didominasi oleh mahasiswa dan pekerja yang berpengaruh pada hasil deskripsi penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden sesuai wilayah geografis yang dipilih agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mempengaruhi niat melanjutkan penggunaan teknologi *wearable* untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif.

DAFTAR ISI

Halaman
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
PENDAHULUAN 1
METODE PENELITIAN 5
HASIL DAN PEMBAHASAN 5
KESIMPULAN & SARAN 11
DAFTAR PUSTAKA 12
LAMPIRAN