

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1–1. Tampilan halaman depan layanan <i>video conferencing</i> UMeetMe berbasis web.....	4
Gambar 1–2. Penggunaan aplikasi <i>online meeting</i> di Indonesia pada bulan Maret 2020 (sumber Statqo Analytics)	5
Gambar 1–3. Magic quadrant layanan <i>meeting solution</i> (sumber: Gartner).....	6
Gambar 1–4. Infografis pertumbuhan layanan konferensi video (sumber: Global Market Insight)	7
Gambar 1–5. Grafik pertumbuhan pengguna layanan UMeetMe (sumber: data internal Telkom DXB).....	8
Gambar 1–6. Perbandingan tingkat usage UMeetMe dibandingkan dengan aplikasi konferensi video lain (sumber: data internal Telkom DXB)	9
Gambar 2–1. Expectation-confirmation model	17
Gambar 2–2. Value-based adoption model of technology	18
Gambar 2–3. Kerangka Pemikiran dari Penelitian	23
Gambar 3–1. Diagram Jalur Penelitian.....	45
Gambar 4–1. Karakteristik responden berdasarkan usia	47
Gambar 4–2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	48
Gambar 4–3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	49
Gambar 4–4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	50
Gambar 4–5. Karakteristik responden berdasarkan penggunaan UMeetMe	51
Gambar 4–6. Karakteristik responden berdaarkan layanan <i>video conferencing</i> lain yang digunakan.....	52
Gambar 4–7. Klasifikasi variabel padaa garis kontinum.....	53
Gambar 4–8. Kategori variabel <i>usefulness</i> pada garis kontinum.....	54
Gambar 4–9. Kategori variabel <i>enjoyment</i> pada garis kontinum.....	55
Gambar 4–10. Kategori variabel <i>technicality</i> pada gari kontinum.....	56
Gambar 4–11. Kategori variabel <i>perceived fee</i> pada garis kontinum.....	57
Gambar 4–12. Kategori variabel <i>enjoyment</i> pada garis kontinum.....	58
Gambar 4–13. Kategori variabel <i>satisfaction</i> pada garis kontinum.....	59

Gambar 4–14. Kategori variabel <i>confirmation</i> pada garis kontinum	60
Gambar 4–15. Kategori variabel <i>continuous intention</i> pada garis kontinum	61
Gambar 4–16. Hasil proses <i>bootstrapping</i>	77