

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu membangun dan mengembangkan karir profesional, termasuk melalui praktik *self-branding* di platform digital. Platform profesional seperti LinkedIn, dan sejenisnya menjadi sarana penting bagi individu untuk meningkatkan visibilitas dan mengembangkan prospek karir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas informasi (*Information Quality*), kualitas sistem (*System Quality*), dan kualitas layanan (*Service Quality*) terhadap niat penggunaan (*Intention to Use*), kepuasan pengguna (*User Satisfaction*), keuntungan (*net benefits*) dalam konteks *self-branding* di platform profesional, serta mengevaluasi secara komprehensif bagaimana variabel-variabel dalam Model DeLone & McLean dapat menjelaskan keberhasilan platform profesional dalam mendukung pengembangan prospek karir individu melalui *self-branding*. Metode penelitian yang digunakan adalah SEM/R *Programming*. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive* sampling dengan melibatkan 400 responden. Analisis data meliputi pendekatan deskriptif, evaluasi model pengukuran, dan model evaluasi struktural. Hasil SEM diharapkan akan menunjukkan secara spesifik bagaimana kualitas platform (sistem, informasi, layanan) secara langsung memengaruhi efektivitas *self-branding* pengguna, yang pada gilirannya akan berdampak signifikan pada peningkatan prospek karier mereka. Temuan ini akan memberikan implikasi praktis bagi pengembang platform profesional digital untuk meningkatkan kualitas layanan dan mendukung pengguna dalam mencapai tujuan karir mereka melalui *self-branding*.

Kata kunci: DeLone & McLean, platform profesional digital, *self-branding*, pengembangan prospek karir, SEM/R *Programming*.