

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Media Sosial X Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)

Felix Kurniawan¹, Generosa Lukhayu Pritalia², Flourensia Spty Rahayu^{3*}

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, DI Yogyakarta
Email: ¹fkmgame12@gmail.com, ²generosa.pritalia@uajy.ac.id, ^{3*}spty.rahayu@uajy.ac.id

(Naskah masuk: 31 Jul 2024, direvisi: 23 Sep 2024, 13 Okt 2024, diterima: 14 Okt 2024)

Abstrak

Aplikasi media sosial adalah salah satu teknologi berbasis internet yang menghubungkan masyarakat dalam mengekspresikan diri, melakukan kolaborasi, dan menyebarkan serta memperoleh data informasi secara digital. Beberapa tahun belakangan ini, aplikasi media sosial Twitter menuai kontroversi akibat diakuisisi dan melakukan *rebranding* menjadi X dimana merupakan aplikasi *microblogging* yang memungkinkan penggunanya dalam mengunggah status atau opini terkait suatu objek atau fenomena, menyiarkan berita, periklanan, hingga isu politik. Sampai saat ini, X belum diketahui telah terbukti mampu memberikan kepuasan terhadap penggunaannya dimana akan bermanfaat apabila hal tersebut dievaluasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi media sosial X dengan *End-User Computing Satisfaction (EUCS)* sebagai teori dan model penelitian. Metodologi dari penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 384 responden. Data dari responden diolah dan dianalisa dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*. Hasil penelitian menunjukkan responden pengguna aplikasi media sosial X merasakan kepuasan yang cukup baik dimana setiap faktor dari *EUCS* yaitu konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, serta ketepatan waktu secara signifikan dan parsial mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi media sosial X.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, Media Sosial, X, Twitter, *End User Computing Satisfaction (EUCS)*

Analysis of Factors Influencing User Satisfaction of X Social Media Using the End User Computing Satisfaction (EUCS) Method

Abstract

Social media application is one of the internet-based technologies that connect people to express themselves, collaborate, and disseminate also obtain information data digitally. In recent years, the social media application Twitter has attracted controversy due to its acquisition and rebranding as X, a microblogging application that allows users to upload statuses or opinions related to an object or phenomenon, broadcast news, advertising, and even political issues. Until now, it is not known that X has been proven to provide satisfaction to its users, which would be beneficial if this were evaluated. This research aims to identify factors contributing to the X social media user satisfaction level with End-User Computing Satisfaction (EUCS) as a theory and research model. The methodology of this research uses a deductive quantitative approach to test and validate previous theories by disseminating them in various media. Then, the respondent data was processed and analyzed with the help of Statistical Product and Service Solutions (SPSS) software. At the end of the research, the results obtained were that respondents who used the X social media application felt quite good satisfaction, where each factor of EUCS, namely content, accuracy, appearance, ease of use as well as timeliness, significantly and partially influenced the user satisfaction of the X social media application.

Keywords: *User Satisfaction, Social Media, X, Twitter, End User Computing Satisfaction (EUCS)*

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, peran internet tak dapat dipungkiri sebagai elemen vital dalam kehidupan masyarakat modern. Akses internet sudah menghasilkan perubahan dasar masyarakat dalam berinteraksi sosial dan bertukar informasi [1]. Aplikasi media sosial merupakan salah satu teknologi yang beriringan dengan perkembangan internet dimana setiap tahunnya pemanfaatan dan penggunaan aplikasi media sosial mengalami peningkatan yang mempengaruhi masyarakat dalam bertukar data dan informasi terkini. Selain menghibur pengguna, aplikasi media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan data informasi terkait aspek kehidupan masyarakat dari sosial hingga politik [2].

Beberapa tahun belakangan ini, terdapat aplikasi media sosial yang hangat diperbincangkan dan menuai kontroversi dari sebagian besar penggunaannya yaitu *X rebranding* Twitter yang secara resmi diakuisisi oleh Elon Musk pada tanggal 27 Oktober 2022 [3] dan perubahan logo hingga desain antarmuka yang diterapkan pada tanggal 30 Juli 2023 [4]. Setelah rebranding dari Twitter menjadi X, terdapat beberapa perubahan mendasar yang signifikan pada aplikasi media sosial ini seperti model berlangganan dan monetisasi, kebijakan pengelolaan konten yang lebih bebas, privatisasi fitur likes, dan muncul fitur komunitas. Aplikasi Twitter mengalami penurunan popularitas akibat logo dan namanya yang berubah menjadi X. Berdasarkan laporan dari Sensor Tower, lembaga resmi analisis pengguna aplikasi, popularitas aplikasi media sosial X menurun sebesar 4 peringkat dari peringkat 32 karena menurunnya tingkat instalasi pengguna sebesar 8% [5]. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan yang dilakukan oleh aplikasi X tidak sepenuhnya diterima oleh pengguna, sehingga penting untuk melakukan penelitian tentang kepuasan pengguna aplikasi X setelah rebranding.

Penelitian mengenai kepuasan pengguna aplikasi X setelah rebranding dari Twitter sangat penting dilakukan. Rebranding sering kali membawa perubahan signifikan dalam fitur, antarmuka, dan pengalaman pengguna, yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna secara langsung. Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah salah satu metode untuk mengukur kepuasan, serta menilai aspek-aspek seperti konten, keakuratan, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu [6]. Dengan memahami tingkat kepuasan pengguna, pengembang dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memastikan bahwa aplikasi X memenuhi ekspektasi pengguna, sehingga meningkatkan loyalitas dan penggunaan aplikasi di masa depan [6]. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih baik di era digital yang terus berkembang [7] [8].

II. KAJIAN TEORI DAN RANCANGAN HIPOTESIS

A. Kepuasan Pengguna

Kepuasan merupakan suatu perasaan yang dirasakan oleh pengguna setelah melalui pengalaman terhadap suatu kinerja atau hasil. Kepuasan adalah ekspresi kegembiraan atau

kekecewaan seseorang berdasarkan perbandingan antara pengalaman pengguna pada performa sistem informasi dan harapan yang terbentuk sebelumnya. Evaluasi kepuasan pengguna sistem informasi menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan atau keefektifan penerapan suatu sistem informasi. Pengukuran tersebut menimbang kinerja sistem informasi, apakah memenuhi atau tidak ekspektasi pengguna dan sejauh mana sistem tersebut sesuai dengan tujuan penggunaannya [9].

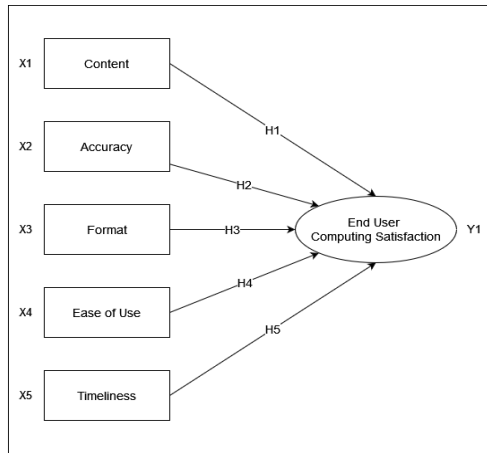
Kepuasan pengguna dapat dijelaskan sebagai pengukuran secara menyeluruh terhadap pengalaman yang dirasakan ketika menggunakan suatu sistem dan dampak potensialnya terhadap penggunaan sistem tersebut [10]. Menurut penelitian [11], kepuasan pengguna memiliki banyak manfaat bagi suatu bisnis, di antaranya menciptakan dan meningkatkan loyalitas pengguna, menurunkan sensitivitas pengguna terhadap harga produk atau layanan, mengurangi biaya pemasaran dan penciptaan pengguna baru, mengurangi biaya operasi perusahaan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

B. Model End User Computing Satisfaction (EUCS)

EUCS adalah salah satu kerangka penelitian dalam menilai kepuasan pengguna terhadap aplikasi tertentu dimana menilai perbandingan ekspektasi pengguna terhadap pengalaman pengguna alami. Definisi *EUCS* dalam konteks aplikasi mengacu pada penilaian menyeluruh oleh pengguna sesuai pengalaman pengguna [6]. *EUCS* adalah model berisikan instrumen-instrumen untuk menilai seberapa puas pengguna terhadap aplikasi. *EUCS* terdiri dari 5 faktor, yakni *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* [12].

Pada tahun 1988, Model *EUCS* dikembangkan oleh [9], yang melibatkan pengukuran terhadap kepuasan pengguna akhir aplikasi. Doll & Torkzadeh [13] melaksanakan penelitian untuk mengeksplorasi standar pengukuran *EUCS* terkait tingkat kepercayaan pengguna terhadap kemampuannya suatu sistem informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Doll & Torkzadeh melakukan pengembangan instrumen dalam *User Information Satisfaction (UIS)*, yang menggambarkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap kemampuan aplikasi dalam pemenuhan informasi yang dibutuhkan pengguna [14].

Dalam riset ini, model *EUCS* digunakan sebab sudah diakui akan keabsahannya dan keandalannya dalam mengukur aplikasi terkomputasi. Model *EUCS* dianggap dapat dipercaya karena sudah teruji secara empiris menilai suksesnya suatu aplikasi dan kepuasan pengguna [15]. Sebagian penelitian konfirmatori terhadap berbagai aplikasi sudah dilaksanakan dalam pengujian 5 faktor dan 12 instrumen pada *EUCS* [16][17]. Penelitian-penelitian tersebut menggunakan analisis faktor konfirmatori (*CFA*) untuk memastikan validitas konstruksinya sehingga menghasilkan instrumen yang valid dalam analisis aplikasi dari sisi kepuasan akhir pengguna. Model penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Lima variabel atau faktor utama di atas yang mempengaruhi *EUCS* dapat dijelaskan atau didefinisikan sebagai berikut:

1) *Content*

Content (Isi/Konten) merupakan faktor yang mengukur kepuasan pengguna melalui komponen-komponen yang ditampilkan formulir atau konten aplikasi. Isi atau Konten dapat berupa fungsi atau modul yang digunakan pengguna, penyajian informasi yang relevan, dan sesuai kebutuhan pengguna [18].

2) *Accuracy*

Keakuratan adalah faktor yang diukur dari tingkat kepuasan pengguna berdasarkan perspektif ketepatan data ketika sistem dalam aplikasi menerima masukan (*input*) dan memproses *input* menjadi *output* berupa informasi [13].

3) *Format*

Variabel format merupakan variabel pengukur kepuasan pengguna suatu aplikasi dari aspek desain antarmuka pengguna dengan halaman aplikasi. Variabel format adalah komponen desain berupa tata letak dan tampilan yang ditampilkan oleh sistem didalam suatu aplikasi.

4) *Ease of Use*

Faktor *ease of use* dinilai dari tingkat kepuasan pengguna melalui perspektif kemudahan penggunaan atau kegunaan pengguna dalam sistem suatu aplikasi seperti proses memasukkan data dan pengelolaan data serta pencarian informasi yang dibutuhkan maupun diinginkan pengguna [18].

5) *Timeliness*

Ketepatan waktu merupakan variabel yang ditujukan untuk mengukur kepuasan pengguna akhir berdasarkan ketersediaan *output* informasi di waktu yang tepat dan kemampuan sistem dapat menyediakan informasi secara *up-to-date* serta tepat waktu. Pengukuran variabel tersebut dilaksanakan dengan melihat karakteristik sistem suatu aplikasi seperti apakah sistem tepat waktu dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan dan apakah sistem menyajikan informasi secara *up-to-date* serta apakah sistem mampu untuk selalu menyediakan informasi yang dibutuhkan dalam suatu aplikasi [18] [19].

Berdasarkan model *EUCS* di atas, hipotesis untuk penelitian ini dinyatakan di bawah ini :

- H1: Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Content* terhadap *User Satisfaction*
- H2: Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Accuracy* terhadap *User Satisfaction*
- H3: Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Format* terhadap *User Satisfaction*
- H4: Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Ease of Use* terhadap *User Satisfaction*
- H5: Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Timeliness* terhadap *User Satisfaction*

III. METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deduktif untuk menguji dan memvalidasi suatu teori yang sudah ada, bukan untuk mengembangkan teori baru. Menurut Creswell [20], penelitian kuantitatif bertujuan untuk membuktikan relasi antar variabel dan membuktikan kesesuaian hipotesis awal penelitian. Variabel tersebut diukur menggunakan instrumen penelitian sehingga menghasilkan angka atau skor yang dapat dianalisa menggunakan metode statistik. Teknik *sampling* digunakan untuk mempercepat proses penelitian dan menghemat waktu. teknik *non-probability sampling* diterapkan disebabkan oleh jumlah populasi yang tidak diketahui [21] dan teknik *simple random sample* diterapkan dalam penelitian ini dikarenakan seluruh responden yang menggunakan aplikasi media sosial X memiliki peluang yang sama untuk terlibat didalamnya [22]. Pengambilan sampel mengadopsi rumus Lemeshow dengan toleransi kesalahan sebesar 5%. Hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 384 orang sesuai dengan persamaan yang disebutkan dalam referensi [23], sehingga penelitian ini melibatkan 384 responden atau lebih. Data dari responden diolah dan dianalisa dengan regresi linier berganda dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*

Pada Tabel 1, instrumen kuesioner disusun berdasarkan referensi dari beberapa studi terkait sebelumnya. Referensi utama diambil dari penelitian Doll dan Torkzadeh dan Doll dkk. [13][24] serta penelitian lain yang menggunakan model *EUCS* sebagai pendukung seperti penelitian [25], [26], [27], [28], dan [29].

Tabel 1. Instrumen Kuesioner

Variabel	Kode	Instrumen/ Pertanyaan
Content (isi)	C1	Apakah aplikasi media sosial X menyediakan informasi yang tepat dan sesuai kebutuhan Anda?
	C2	Apakah isi informasi yang disediakan memenuhi kebutuhan Anda?
	C3	Apakah aplikasi media sosial X menyediakan informasi yang bermanfaat bagi Anda?

Variabel	Kode	Instrumen/ Pertanyaan
Accuracy (Keakuratan)	C4	Apakah aplikasi media sosial X menyediakan informasi secara lengkap?
	A1	Apakah aplikasi media sosial X menampilkan informasi secara akurat?
	A2	Apakah aplikasi media sosial X menampilkan tampilan sesuai dengan yang Anda perintahkan?
	A3	Apakah aplikasi media sosial X jarang terjadi kesalahan sistem?
Format (Bentuk Penyajian /tampilan)	A4	Apakah Anda merasa puas dengan akurasi aplikasi media sosial X ?
	F1	Apakah aplikasi media sosial X menyajikan tampilan atau penyajian informasi sesuai kebutuhan Anda?
	F2	Apakah aplikasi media sosial X menampilkan tampilan atau informasi secara jelas dan mudah untuk dipahami?
	F3	Apakah desain tampilan aplikasi media sosial X menarik bagi Anda?
	F4	Apakah pengaturan warna pada tampilan aplikasi media sosial X sudah tepat dan serasi?
Ease of Use (Kemudahan Penggunaan)	F5	Apakah aplikasi media sosial X memiliki desain tampilan antara sistem dengan pengguna yang memudahkan Anda untuk mengakses sesuatu didalamnya?
	E1	Apakah aplikasi media sosial X mudah untuk dipelajari atau dipahami?
	E2	Apakah aplikasi media sosial X mudah untuk digunakan?
	E3	Apakah aplikasi media sosial X memudahkan Anda dalam mengakses informasi yang dibutuhkan?
Timeliness (Ketepatan Waktu)	E4	Apakah aplikasi media sosial X menyediakan panduan atau petunjuk penggunaan yang jelas?
	T1	Apakah aplikasi media sosial X menampilkan informasi yang dibutuhkan secara responsif dan tepat waktu?
	T2	Apakah aplikasi media sosial X menyajikan informasi terbaru dan terkini?
	T3	Apakah aplikasi media sosial X mampu untuk selalu menyajikan informasi yang Anda butuhkan?
	T4	Apakah aplikasi media sosial X merespon perintah yang Anda

Variabel	Kode	Instrumen/ Pertanyaan
User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)		perintahkan dalam waktu yang singkat?
	S1	Apakah Anda merasa puas terhadap fitur-fitur aplikasi media sosial X?
	S2	Apakah Anda merasa puas terhadap respon layanan-layanan aplikasi media sosial X?
	S3	Apakah Anda merasa puas terhadap kinerja aplikasi media sosial X?

IV. HASIL

A. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pada uji validitas, untuk mengambil keputusan bahwa instrumen pertanyaan dapat dinyatakan valid atau tidak adalah dengan membandingkan r hitung dengan r tabel menggunakan teknik *item-total statistics*. Perhitungan r tabel dengan DF = 396 dan nilai signifikansi 5% adalah 0,098. Tabel 2 di bawah ini merupakan hasil uji validitas instrumen pertanyaan setiap variabel. Berdasarkan hasil yang diperoleh, keterangan yang tertera diputuskan berdasarkan nilai r tabel yang diperoleh dari perhitungan yang sudah dilakukan sebelumnya dimana instrumen pertanyaan yang memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel yang akan digunakan sebagai alat pengukuran pada penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
Content (C)	C1	0,855	0,098	Valid
	C2	0,786	0,098	Valid
	C3	0,814	0,098	Valid
Accuracy (A)	A1	0,785	0,098	Valid
	A2	0,788	0,098	Valid
	A4	0,783	0,098	Valid
Format (F)	F1	0,743	0,098	Valid
	F3	0,788	0,098	Valid
	F4	0,779	0,098	Valid
Ease of Use (E)	E1	0,834	0,098	Valid
	E2	0,785	0,098	Valid
	E3	0,700	0,098	Valid
Timeliness (T)	T1	0,781	0,098	Valid
	T3	0,775	0,098	Valid
	T4	0,769	0,098	Valid
Satisfaction (S)	S1	0,818	0,098	Valid
	S2	0,792	0,098	Valid
	S3	0,811	0,098	Valid

2. Uji Reliabilitas

Reliability testing penting dilaksanakan untuk menguji setiap variabel yang digunakan pada kuesioner penelitian tersebut konsisten atau tidak. Setiap responden akan diolah dan dianalisa dimana akan menghasilkan nilai Cronbach's Alpha. Berdasarkan referensi [14], mengungkapkan nilai Cronbach's Alpha dapat diterima atau dianggap reliabel apabila Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil pengujian diilustrasikan pada ilustrasi Tabel 3 di bawah ini. Berdasarkan tabel hasil pengujian yang diilustrasikan, hasil pengujian menyatakan bahwa seluruh variabel secara konsisten dapat diandalkan dimana setiap variabel memperoleh nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 sehingga dapat digunakan sebagai alat pengukuran.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Content (C)	0,752	> 0,60	Reliabel
Accuracy (A)	0,685	> 0,60	Reliabel
Format (F)	0,656	> 0,60	Reliabel
Ease of Use (E)	0,665	> 0,60	Reliabel
Timeliness (T)	0,667	> 0,60	Reliabel
Satisfaction (S)	0,731	> 0,60	Reliabel

B. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dilaksanakan terhadap 5 variabel pengukur yaitu konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu serta 1 variabel yang diukur yaitu kepuasan pengguna (satisfaction). Karakteristik data dari statistik deskriptif pada penelitian adalah analisis tendensi sentral untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan kecenderungan jawaban responden terhadap instrumen pertanyaan kuesioner yang terjadi pada setiap variabel laten penelitian. Analisis tendensi sentral akan diukur berdasarkan nilai rata-rata, standar deviasi, minimum, dan maksimum seluruh data responden. Analisis statistik deskriptif untuk setiap instrumen pertanyaan variabel laten akan diilustrasikan ke dalam Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Deskriptif

Indicators	N	Min	Max	Mean	Std.Dev
C1	396	1	5	4,12	0,039
C2	396	1	5	4,18	0,040
C3	396	1	5	4,13	0,040
A1	396	1	5	3,91	0,045
A2	396	1	5	4,15	0,042
A4	396	1	5	4,12	0,038
F1	396	1	5	4,20	0,038
F3	396	1	5	4,12	0,043
F4	396	1	5	4,18	0,041
E1	396	1	5	4,27	0,039
E2	396	2	5	4,30	0,037
E3	396	1	5	4,31	0,036
T1	396	1	5	4,27	0,037

T3	396	2	5	4,23	0,037
T4	396	1	5	4,27	0,036
S1	396	1	5	4,22	0,038
S2	396	1	5	4,16	0,040
S3	396	1	5	4,25	0,039

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan dalam pengujian asumsi klasik bertujuan mengonfirmasi data hasil penelitian yang dihasilkan terdistribusi normal atau lebih baik lagi apabila di atas batas rata-rata normalitas. Data yang terkumpulkan dan menjadi hasil penelitian adalah kepuasan pengguna aplikasi media sosial X. Data yang sudah diolah kemudian dianalisa melalui pengujian normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov Testing dimana nilai probabilitas melebihi 0,05 dan metode regresi yang memadai dalam pemenuhan asumsi normalitas. Pengujian ini dilaksanakan memanfaatkan IBM SPSS Statistics 29. Berdasarkan pengujian melalui Kolmogorov Smirnov Testing memperoleh hasil berupa data terdistribusi secara normal dimana nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,10 melebihi batas signifikansi sebesar 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilaksanakan dalam pengujian asumsi klasik untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi antara setiap variabel pengukur dengan variabel yang diukur. Hasil uji multikolinearitas dapat ditentukan melalui nilai tolerance dan VIF. Perolehan angka tolerance untuk variabel konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu secara berurutan sebesar 0,499; 0,485; 0,480; 0,599; dan 0,507 > 0,10. Sedangkan nilai VIF (Variance Inflation Factor) secara berurutan sebesar 2,005; 2,062; 2,083; 1,669; dan 1,971 < 10. Berdasarkan hasil nilai tolerance dan VIF yang diperoleh, maka seluruh variabel tidak terindikasi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian dilaksanakan bertujuan menguji korelasi peringkat spearman menggunakan bantuan program perangkat lunak IBM SPSS Statistic 29. Jika signifikansi unstandardized residual melebihi batas signifikansi sebesar 0,05, variabel tidak memiliki varians yang tidak seragam. Pengujian menghasilkan nilai signifikansi untuk setiap variabel secara berurutan (konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu) sebesar 0,960; 0,070; 0,353; 0,448; dan 0,848 melebihi batas signifikansi yang sebesar 0,05 sehingga terindikasi setiap variabel digunakan tidak memiliki varians yang tidak seragam.

4. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi menggunakan metode dan standarisasi Durbin-Watson menunjukkan hasil DU: 1,861 DW: 2,093 5-DW: 2907. Disimpulkan bahwa nilai DU kurang dari DW, dan DW kurang dari 5-DW dimana tidak

terindikasikan autokorelasi sehingga asumsi autokorelasi sudah dapat terpenuhi.

D. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dalam penelitian dilaksanakan bertujuan menguji relasi antara variabel pengukur dengan variabel yang diukur dalam mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi pada variabel pengukur dapat menginterpretasikan variasi yang terjadi pada variabel yang diukur. Pengujian memperoleh nilai R^2 sebesar 0,498 mengindikasikan bahwa seluruh variabel pengukur (konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu) berpengaruh terhadap variabel yang diukur (kepuasan) sebesar 49,8% dan variabel diluar variabel pengukur yang digunakan berpengaruh terhadap variabel yang diukur (kepuasan) sebesar 50,2% [15].

Pengukuran statistik F dalam penelitian dilaksanakan bertujuan mengukur variabel pengukur secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel yang diukur atau tidak [15]. Hasil pengukuran statistik F menunjukkan perolehan nilai F sebesar 0,001 dan nilai F tersebut $< 0,05$ serta nilai F hitung sebesar 77,448 yang melebihi F tabel sebesar 2,24 sehingga terindikasikan seluruh variabel pengukur (konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu) sebagai konstruk dari model penelitian layak dan dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pengguna (*satisfaction*).

E. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data penelitian yang penting untuk dilaksanakan juga tidak lain adalah regresi linear berganda dimana bertujuan untuk mengukur hubungan diantara variabel pengukur secara bersamaan terhadap variabel yang diukur. Nilai yang digunakan sebagai tolak ukur dalam pengujian ini terdapat pada kolom B tabel *coefficients* [15]. Pengolahan dan analisis data yang sudah dilaksanakan dengan bantuan program perangkat lunak *IBM SPSS Statistic 29* dimana perolehan hasil analisis diilustrasikan pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variable	Unstd. Coeff		Std. Coeff		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	1,750	0,589		2,971	0,003
Content	0,162	0,049	0,167	3,296	0,001
Accuracy	0,193	0,049	0,201	3,906	0,000
Format	0,239	0,051	0,242	4,671	0,000
Ease of Use	0,111	0,050	0,103	2,216	0,027
Timeliness	0,164	0,055	0,149	2,962	0,003

Berdasarkan Tabel 5 di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y1 = 1,750 + 0,162 (X1) + 0,193 (X2) + 0,239 (X3) + 0,111 (X4) + 0,164 (X5)$$

Persamaan di atas menggambarkan pengaruh variabel independen (X1-X5) terhadap variabel dependen (Y1) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien regresi variabel independen konten (*content*) adalah sebesar 0,162 (positif). Hasil regresi ini dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel independen konten, maka dapat diasumsikan akan meningkatkan variabel dependen (*satisfaction*) sebesar 0,162 tanpa dipengaruhi oleh variabel independen lainnya sehingga membentuk relasi secara satu arah dengan variabel independen konten.
- Koefisien regresi variabel independen akurasi (*accuracy*) adalah sebesar 0,193 (positif). Hasil regresi ini dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel independen akurasi, maka dapat diasumsikan akan meningkatkan variabel dependen (*satisfaction*) sebesar 0,193 tanpa dipengaruhi oleh variabel independen lainnya sehingga membentuk relasi secara satu arah dengan variabel independen akurasi.
- Koefisien regresi variabel independen tampilan (*format*) adalah sebesar 0,239 (positif). Hasil regresi ini dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel independen format, maka dapat diasumsikan akan meningkatkan variabel dependen (*satisfaction*) sebesar 0,193 tanpa dipengaruhi oleh variabel independen lainnya sehingga membentuk relasi secara satu arah dengan variabel independen format.
- Koefisien regresi variabel independen kemudahan penggunaan (*ease of use*) adalah sebesar 0,111 (positif). Hasil regresi ini dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel independen kemudahan penggunaan, maka dapat diasumsikan akan meningkatkan variabel dependen (*satisfaction*) sebesar 0,111 tanpa dipengaruhi oleh variabel independen lainnya sehingga membentuk relasi secara satu arah dengan variabel independen kemudahan penggunaan.
- Koefisien regresi variabel independen ketepatan waktu (*timeliness*) adalah sebesar 0,164 (positif). Hasil regresi ini dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel independen ketepatan waktu, maka dapat diasumsikan akan meningkatkan variabel dependen (*satisfaction*) sebesar 0,164 tanpa dipengaruhi oleh variabel independen lainnya sehingga membentuk relasi secara satu arah dengan variabel independen ketepatan waktu.

IV. PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilaksanakan bertujuan mengukur relasi antara variabel pengukur dan yang diukur. Hasil pengukuran diperoleh dari tabel statistik t berdasarkan batas signifikansi setinggi 0,05 dan t tabel sebesar 1,649. Hipotesis yang dapat diterima atau menerima dukungan apabila perolehan hasil pengukuran $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	t	Sig.	Hasil
<i>Content</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	3,296	0,001	Diterima
<i>Accuracy</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	3,906	0,000	Diterima
<i>Format</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	4,671	0,000	Diterima
<i>Ease of Use</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	2,216	0,027	Diterima
<i>Timeliness</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna	2,962	0,003	Diterima

A. Pengaruh Variabel *Content* Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi X

Variabel konten mewakili respon hasil reaksi dimana memiliki relasi dengan sistem dan apakah sistem memiliki kemampuan yang mumpuni dalam memenuhi kebutuhan pengguna serta yang terpenting kredibilitas informasi yang disajikan [8]. Pada hasil pengukuran hipotesis variabel konten diperoleh t hitung sebesar 3,296 dimana melebihi t tabel setinggi 1,649 dan signifikansi sebesar 0,001 kurang dari batas signifikansi setinggi 0,05.

Berdasarkan nilai t dan signifikansi yang diperoleh tersebut, H1 dinyatakan diterima atau mendapatkan dukungan positif. Hipotesis pada penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh [25], [26], dan [29] memperoleh hasil yang serupa dengan H1 pada penelitian ini. Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, diketahui bahwa konten yang disajikan aplikasi media sosial X seperti ketersediaan konten informasi sesuai dengan yang dibutuhkan pengguna dan ketersediaan konten informasi yang bermanfaat serta kelengkapan konten informasi yang konkrit mempengaruhi kepuasan pengguna akhir aplikasi media sosial X. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian [30], aplikasi media sosial X tidak hanya memiliki potensi, tetapi sudah menjadi media penyebaran dan akses konten pornografi yang diketahui secara luas. Hal tersebut terindikasikan oleh kata kunci pada kolom pencarian yang berbau pornografi dan apabila pengguna sudah pernah mengakses konten berbau pornografi, maka pengguna tersebut kedepannya akan selalu terhubung dengan unggahan-unggahan konten berbau pornografi meskipun tidak mencari hal tersebut. Oleh sebab itu, diharapkan aplikasi media sosial X dapat meningkatkan sistem pemeriksaan fakta terkait verifikasi konten informasi yang tersebar dan sistem pendeteksi konten berbahaya serta meningkatkan algoritma dalam pendeteksian dan penghapusan konten berbahaya seperti pornografi, ujaran

kebencian, dan kekerasan anarkisme sehingga konten yang terindikasi berbahaya semakin berkurang. Media sosial X juga dapat secara transparan menginformasikan bagaimana algoritma dalam memproses konten informasi sehingga kedepannya rekomendasi konten terutama kolom pencarian yang tersedia tepat dan sesuai kebutuhan pengguna.

B. Pengaruh Variabel *Accuracy* Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi X

Variabel *accuracy* bertujuan mengukur seberapa baik sistem dalam mengelola data dan mencegah terjadinya kesalahan serta masalah teknis dalam menghasilkan *output* berupa informasi berdasarkan *input* dari pengguna [8]. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, *accuracy* sebagai H2 diterima dengan perolehan nilai t hitung sebesar 3,906 melebihi t tabel setinggi 1,649 dan signifikansi sebesar 0,000 kurang dari batas signifikansi setinggi 0,05 sehingga dinyatakan variabel *accuracy* secara signifikan memiliki relasi dengan kepuasan pengguna. Pada hasil pengukuran tersebut, diketahui bahwa keakuratan dalam aplikasi media sosial X, yakni penyajian informasi secara akurat dan kemampuan aplikasi dalam menampilkan *output* sesuai dengan yang diperintahkan pengguna serta tingkat kesalahan sistem yang dapat mengurangi keakuratan tampilan yang dihasilkan mempengaruhi rasa puas pengguna terhadap aplikasi media sosial X.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, indikator dari variabel *accuracy* yang memperoleh nilai *mean* (rata-rata) tertinggi adalah indikator A2 dan diikuti indikator A4 terkait persamaan yang dikeluarkan dengan yang dimasukkan pada sistem oleh pengguna serta tingkat keakuratan pada sistem saat ini yang sudah mampu memuaskan pengguna dan nilai *mean* (rata-rata) terendah adalah indikator A1 terkait keakuratan *output* yang ditampilkan. Diharapkan pihak pengembang aplikasi media sosial X dapat mempertahankan A2 dan A4 serta meningkatkan tingkat kepuasan pengguna pada pengembangan A1.

C. Pengaruh Variabel *Format* Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi X

Variabel *format* merupakan salah satu variabel yang mengindikasikan kepuasan pengguna dari aspek *user interface design and layout*. [8]. Pada hasil pengukuran tersebut, variabel *format* diperoleh t hitung sebesar 4,671 melebihi t tabel setinggi 1,649 dan signifikansi sebesar 0,000 kurang dari batas signifikansi setinggi 0,05. Berdasarkan nilai t dan signifikansi yang diperoleh tersebut, H3 dinyatakan diterima atau mendapatkan dukungan positif. Hipotesis pada penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh [25], [26], dan [29] memperoleh hasil yang serupa dengan H3 pada penelitian ini. Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, diketahui bahwa tampilan dan tata letak antarmuka sistem yang disajikan aplikasi media sosial X seperti desain tampilan yang menarik bagi pengguna, apakah pengaturan warna sudah tepat dan serasi untuk diterapkan dalam penggunaan aplikasi, dan sistem aplikasi yang ramah pengguna mempengaruhi penilaian kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, indikator dari variabel format yang memperoleh nilai mean (rata-rata) tertinggi adalah indikator F1 dan diikuti indikator F4 terkait kesesuaian penyajian tampilan atau informasi dengan harapan pengguna serta keserasian warna pada desain antarmuka aplikasi dan nilai mean (rata-rata) terendah adalah indikator F3 terkait ketertarikan pengguna terhadap desain tampilan antarmuka aplikasi. Diharapkan pihak pengembang aplikasi media sosial X dapat mempertahankan F1 dan F4 serta meningkatkan tingkat kepuasan pengguna pada pengembangan F3.

D. Pengaruh Variabel *Ease of Use* Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi X

Ease of use adalah variabel yang mewakili pengukuran kepuasan pengguna dalam tingkat kemudahan aplikasi untuk digunakan atau apakah mengandung konsep *user-friendly* didalamnya [8]. Pada hasil pengukuran tersebut, variabel kemudahan penggunaan diperoleh t hitung sebesar 2,216 melebihi t tabel setinggi 1,649 dan signifikansi sebesar 0,027 kurang dari batas signifikansi setinggi 0,05. Berdasarkan nilai t dan signifikansi yang diperoleh tersebut, H4 dinyatakan diterima atau mendapatkan dukungan positif. Hipotesis pada penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh [16], [17], dan [31] memperoleh hasil yang serupa dengan H4 pada penelitian ini. Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, diketahui bahwa *ease of use* dalam aplikasi media sosial X yaitu kemudahan untuk mempelajari dan memahami aplikasi, kemudahan dalam penggunaan aplikasi, akses informasi yang tidak terbatas, dan ketersediaan panduan dalam penggunaan aplikasi mempengaruhi seberapa tinggi tingkat rasa puas pengguna dalam menggunakan aplikasi.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, indikator dari variabel *ease of use* yang memperoleh nilai mean (rata-rata) tertinggi adalah indikator E3 dan diikuti indikator E2 terkait kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan serta kemudahan penggunaan aplikasi dan nilai mean (rata-rata) terendah adalah indikator E1 terkait kemudahan pembelajaran dan pemahaman penggunaan aplikasi. Diharapkan pihak pengembang aplikasi media sosial X dapat mempertahankan E2 dan E3 serta meningkatkan tingkat kepuasan pengguna pada pengembangan E1.

E. Pengaruh Variabel *Timeliness* Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi X

Variabel *timeliness* merupakan variabel pengukur kepuasan pengguna dari aspek ketepatan waktu sistem dalam menampilkan informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna [8]. Pada hasil pengukuran tersebut, ketepatan waktu sebagai H5 diterima dengan perolehan t hitung sebesar 2,962 melebihi t tabel tertinggi 1,649 dan signifikansi sebesar 0,003 kurang dari batas signifikansi setinggi 0,05 sehingga dinyatakan bahwa variabel *timeliness* secara signifikan memiliki relasi dengan kepuasan pengguna. Pada hasil pengukuran tersebut, diketahui bahwa ketepatan waktu aplikasi media sosial X dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan dalam waktu yang singkat secara responsif dan tepat waktu serta perbaharuan secara berkala sesuai fenomena terbaru dan

terkini mempengaruhi keputusan dalam merasakan kepuasan penggunaan aplikasi media sosial X.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, indikator dari variabel *timeliness* yang memperoleh nilai mean (rata-rata) tertinggi adalah indikator T1 dan T4 terkait ketepatan waktu aplikasi menampilkan informasi serta ketanggapan aplikasi dalam menanggapi perintah pengguna dan nilai mean (rata-rata) terendah adalah indikator T3 terkait kemampuan aplikasi dalam menyajikan informasi yang pengguna selalu butuhkan. Diharapkan pihak pengembang aplikasi media sosial X dapat mempertahankan T1 dan T4 serta meningkatkan tingkat kepuasan pengguna pada pengembangan T3.

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian terkait evaluasi kepuasan pengguna aplikasi media sosial X *rebranding* Twitter menggunakan metode *EUCS* diketahui bahwa seluruh variabel *EUCS* yakni, konten (*content*), akurasi (*accuracy*), tampilan (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), dan ketepatan waktu (*timeliness*) secara signifikan dan parsial mempengaruhi kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dengan memperoleh nilai dan dukungan positif. Berdasarkan hasil analisis statistik inferensial dalam menguji hipotesis penelitian dan hasil analisis statistik deskriptif dalam mendukung pengujian hipotesis penelitian, 3 faktor yang sangat berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* adalah *content*, *accuracy*, dan *format* dengan nilai signifikan secara berurutan sebesar 0,001; 0,000; dan 0,000 sehingga ke-3 faktor atau variabel tersebut sangat penting untuk diperhatikan pihak pengembangan aplikasi. Sedangkan, 2 faktor lainnya cukup berpengaruh secara signifikan terhadap *user satisfaction*, yakni *ease of use* sebesar 0,027 dan *timeliness* sebesar 0,003. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan dan menambahkan variabel-variabel lain serta melibatkan lebih banyak responden sehingga memungkinkan analisis hasil penelitian lebih komprehensif terhadap penelitian yang serupa.

REFERENSI

- [1] W. Mohammad and N. R. Maulidiyah, "Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia," *TriwikramaJurnal Multidisiplin Ilmu Sos.*, vol. 01, no. 02, pp. 30–45, 2023.
- [2] B. Frederick and A. Krisna Maharani, "Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19," *J. Penelit. Pendidik. Sos. Hum.*, vol. 6, no. 2, pp. 75–76, 2021, [Online]. Available: <https://www.jurnal-lp2m.um naw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/986>
- [3] R. S. N. Retia Kartika Dewi, "Elon Musk Resmi Beli Twitter Rp 685 T, Langsung Pecat CEO dan CFO," *Kompas.com*, Oct. 2022. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/10/28/084308565/elon-musk-resmi-beli-twitter-rp-685-t-langsung-pecat-ceo-dan-cfo?page=all>
- [4] R. Anggraeni, "Analisis Perbandingan Sentiment dan

- Perbincangan Netizen Terhadap Twitter Pasca Pergantian Nama,” *JUPI (Jurnal Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.*, vol. 9, no. 1, pp. 360–367, 2024.
- [5] “Sumber Data Yang Bertanggung Jawab,” *Sensor Tower*. <https://sensortower.com/responsibly-sourced-data>
- [6] N. A. O. Saputri and A. Alvin, “Measurement of User Satisfaction Level in the Bina Darma Information Systems Study Program Portal Using End User Computing Satisfaction Method,” *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 2, no. 1, pp. 154–162, 2020, doi: 10.33557/journalisi.v2i1.43.
- [7] F. A. Artanto, H. H. Kusumawardhani, A. Khoiruchim, and G. Himawan, “End User Computing Satisfaction (EUCS) Pada Analisis Kepuasan Penggunaan Website Openlearning,” *Teknomatika*, vol. 13, no. 01, pp. 13–21, 2023, [Online]. Available: <https://openlearning.com/>,
- [8] T. Yusuf, R. Ar-Rasyid, B. T. Hanggara, and A. Rachmadi, “Evaluasi Kepuasan Pengguna Pada Website Beasiswa Universitas Brawijaya Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 5, no. 6, pp. 2308–2317, 2021, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [9] P. L. Lokapitasari Belluano, I. Indrawati, H. Harlinda, F. A. . Tuasamu, and D. Lantara, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Pieces Framework,” *Ilk. J. Ilm.*, vol. 11, no. 2, pp. 118–128, 2019, doi: 10.33096/ilkom.v11i2.398.118-128
- [10] B. A. R. Tulodo and A. Solichin, “Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.),” *J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 10, no. 1, pp. 25–43, 2019.
- [11] A. Y. Kuntoro, M. A. Hasan, D. D. Saputra, and D. Riana, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Fixpay Menggunakan SEM Dengan PLS,” *J. Inform.*, vol. 6, no. 1, pp. 122–133, 2019, doi: 10.31311/ji.v6i1.5527.
- [12] M. A. Sugandi and R. M. N. Halim, “Analisis End-User Computing Satisfaction (Eucs) Pada Aplikasi Mobile Universitas BiSugandi,” *Sistemasi*, vol. 9, no. 1, p. 143, 2020.
- [13] W. J. Doll and G. Torkzadeh, “The Measurement of End-User Computing Satisfaction End-User Satisfaction The Measurement of End-User Computing Satisfaction Professor of MIS and Strategic Management The University of Toledo Gholamreza Torkzadeh Assistant Professor of Information Systems,” *Manag. Inf. Syst. Res. Center, Univ. Minnesota*, vol. 12, no. 2, pp. 259–274, 1988, [Online]. Available: <http://www.jstor.org/stable/248851><http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>
- [14] K. S. Taber, “The Use of Cronbach’s Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education,” *Res. Sci. Educ.*, vol. 48, no. 6, pp. 1273–1296, 2018, doi: 10.1007/s11165-016-9602-2.
- [15] B. Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, uji F, R2)*. 2021.
- [16] D. K. Pramudito, S. Arijanti, A. Yanto RUKmana, D. S. Oetomo, and K. Kraugusteeliana, “The Implementation of End User Computing Satisfaction and Delone & Mclean Model to Analyze User Satisfaction of M.TIX Application,” *J. Inf. dan Teknol.*, vol. 5, no. 3, pp. 7–12, 2023, doi: 10.60083/jidt.v5i3.383.
- [17] N. M. Marliza Tiara, N. Rizky Oktadini, P. Putra, P. Eka Sevtiyuni, and A. Meiriza, “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Netflix Mobile di Kota Palembang Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS),” *J. Teknol. Sist. Inf. dan Apl.*, vol. 7, no. 1, pp. 155–164, 2024, doi: 10.32493/jtsi.v7i1.37833.
- [18] G. Antoniou and N. Papoglou, “Business Intelligence & Analytics (BI&A) Systems: Measuring End-User Computing Satisfaction (EUCS),” *Dep. Informatics*, 2015.
- [19] J. E. Bailey and S. W. Pearson, “Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction,” *Manage. Sci.*, vol. 29, no. 5, pp. 530–545, 1983, doi: 10.1287/mnsc.29.5.530.
- [20] K. Sanders, “Media Review: Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches,” *J. Mix. Methods Res.*, vol. 13, no. 2, pp. 263–265, 2019, doi: 10.1177/1558689817751775.
- [21] N. F. Amin, S. Garancang, and K. Abunawas, “Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian,” *J. Pilar*, vol. 14, no. 1, pp. 15–31, 2023.
- [22] M. Balnaves and P. Caputi, *Introduction to Quantitative Research Methods*. 2016. doi: 10.4135/9781849209380.
- [23] S. K. L. S. Lemeshow, “Sample Size Determination in Health Studies: A Practical Manual,” *J. Am. Stat. Assoc.*, vol. 86, no. 416, p. 1149, 1991, doi: 10.2307/2290547.
- [24] W. J. Doll, X. Deng, T. S. Raghunathan, G. Torkzadeh, and W. Xia, “The Meaning and Measurement of User Satisfaction : A Multigroup Invariance Analysis of the End-User Computing Satisfaction Instrument,” *J. Manag. Inf. Syst.*, vol. 21, no. 1, pp. 227–262, 2004, doi: 10.1080/07421222.2004.11045789.
- [25] rahayu deny danar dan alvi furwanti Alwie, A. B. Prasetio, R. Andespa, P. N. Lhokseumawe, and K. Pengantar, “Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction,” *J. Ekon. Vol. 18, Nomor 1 Maret201*, vol. 2, no. 1, pp. 41–49, 2020.
- [26] W. Rezalina, F. N. Salisah, Angraini, and M. R. Munzir, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna SIAM Poltekkes Riau Menggunakan Metode EUCS,” *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 10, no. 2, pp. 117–128, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatisi/article/view/39>

- 50
- [27] A. Yudistira and D. Novita, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Arsip Digital Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS)," *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 176–188, 2022, doi: 10.35957/jtsi.v3i2.3059.
- [28] H. Setiawan and D. Novita, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS," *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 162–175, 2021, doi: 10.35957/jtsi.v2i2.1375.
- [29] E. Istianah and W. Yustanti, "Analisis Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Jenius Dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) Berdasarkan Perspektif Pengguna," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 3, no. 4, pp. 36–44, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/47882>.
- [30] Wiyanie Putri, "Penyalahgunaan Aplikasi X Sebagai Media Akses Konten Pornografi," *KALBISOCIO J. Bisnis dan Komun.*, vol. 11, no. 1, 2024, doi: 10.53008/kalbisocio.v11i1.3264.
- [31] E. Arribe, A. Aryanto, and S. Aulia, "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Signal Nasional Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) (Studi Kasus: Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau (BAPENDA)," *J. Softw. Eng. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 1, pp. 86–95, 2021, doi: 10.37859/seis.v2i1.3377.