

Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi
 Jl. Ahmad Yani, K.M. 33,5 - Kampus STMIK Banjarbaru
 Loktabat – Banjarbaru (Tlp. 0511 4782881), e-mail: puslit.stmikbjb@gmail.com
 e-ISSN: 2685-0893
 p-ISSN: 2089-3787

Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Aplikasi TikTok Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction*

Rafis Novemnur^{1*}, M Afdal², Inggih Permana³, Mona Fronita⁴

Sistem Informasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia

*e-mail *Corresponding Author*: 11850312422@students.uin-suska.ac.id

Abstract

The social media application TikTok has 112.97 million users in Indonesia consisting of various groups, including students. The large number of TikTok application users cannot be separated from a sense of satisfaction and acceptance of technology. The research aims to be a process of identifying components that impact client fulfillment with TikTok use End User Computing Satisfaction (EUCS) technique, where in this technique there are 5 variable aspects, that is: content, accuracy, form, easy of use and timeliness. This research used a sample of 100 respondents. Using a random sampling method. The information handling strategy uses validity testing, reliability testing, and hypothesis testing with processing in SPSS. Based on hypothesis testing, only content shows a relevant influence on client satisfaction on the TikTok application. Meanwhile, accuracy, form, ease of use and timeliness do not show any relevant influence on client satisfaction with the TikTok application in Pekanbaru City. Based on the correlation analysis, the R² is obtained at 0.486. These results show that client satisfaction can be realized through content, accuracy, form, ease of use, and timeliness by 48.6%.

Keywords: *Satisfaction; User; TikTok Apps; End User Computing Satisfaction; SPSS*

Abstrak

Aplikasi sosial media TikTok memiliki 112,97 juta pengguna di Indonesia yang terdiri dari berbagai kalangan termasuk kalangan Mahasiswa. Banyaknya pengguna aplikasi TikTok tidak terlepas dari rasa kepuasan dan penerimaan teknologi. Penelitian ditujukan sebagai proses pengidentifikasi komponen yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap TikTok dengan teknik *End User Computing Satisfaction (EUCS)*, dimana diteknik ini terdapat lima aspek variabel yaitu: *content, accuracy, format, ease of use* dan *timeliness*. Penelitian menggunakan sampel dari 100 responden. Sampel diambil menggunakan metode sampel *random*. Strategi penanganan informasi menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji hipotesis dengan pengolahan pada SPSS. Berdasarkan uji hipotesis, hanya konten yang menunjukkan pengaruh yang relevan terhadap kepuasan klien pada aplikasi TikTok. Sedangkan akurasi, bentuk, kemudahan pengguna, dan ketepatan waktu tidak menunjukkan adanya pengaruh yang relevan terhadap kepuasan klien pada aplikasi TikTok yang ada di Kota Pekanbaru. Dari analisis korelasi didapatkan R² sebesar 0,486. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan klien bisa dipahami melalui *content, accuracy, format, ease if use*, dan *time liness* sebesar 48,6%.

Kata kunci: *Kepuasan; Pengguna; TikTok Apps; End User Computing Satisfaction; SPSS*

1. Pendahuluan

Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dilansir dari Data Reportal, terdapat 167 juta pengguna media sosial pada tahun 2023. 153 juta adalah pengguna berusia lebih dari 18 tahun, yakni 79,5% dari seluruh populasi yang ada. Sekitar 78,5% pengguna jaringan internet memiliki setidaknya satu akun sosial media. Nilai ini kemungkinan besar terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya. Dilansir dari Statista, pengguna media sosial di Indonesia hanya mencapai 47,03% dari total populasi pada tahun 2017. Angka ini akan terus bertambah dua kali lipat di tahun 2026, sehingga keseluruhan total pengguna menjadi 81,82% [1]. Satu diantara banyaknya sosial media yang populer dikalangan pengguna jejaring sosial internet, baik itu di Indonesia ataupun dunia adalah TikTok.

TikTok adalah sebuah sosial media yang membebaskan pengguna untuk berkreasi dalam membuat video secara praktis, durasi relatif singkat, dan juga menyertakan berbagai efek serta musik yang menarik. Menurut Weare Social; 1,09 miliar pengunduh telah dimiliki oleh TikTok yang mencakup keseluruhan negara pada April, 2023. Di seluruh dunia, jumlah orang yang menggunakan aplikasi TikTok meningkat sebesar 12,6%. Dibandingkan dengan kuartal terakhir, TikTok tumbuh sebesar 3,9%. Indonesia menjadi Negara peringkat kedua pengguna TikTok terbanyak didunia, yang mencapai 112,97 juta total pengguna. Pengguna media sosial TikTok di Indonesia terus meningkat dengan cukup pesat di tahun 2023 dibanding tahun-tahun sebelumnya, yakni 63,1 persen [2]. Dilansir dari Ginee.com, jika dilihat dari segi status profesional, 35,7% pengguna aplikasi TikTok adalah karyawan tetap, freelancer sebanyak 21,1%, disusul oleh mahasiswa sebanyak 19%. Lalu ada pekerja part-time sebanyak 12,3%, pengangguran 6,2%, orang tua/ibu rumah tangga 3,7%, terakhir pensiun dan lainnya sebesar 2,1% [3]. Dapat dilihat bahwa mahasiswa termasuk salah satu status profesional yang banyak menggunakan TikTok. Ini menandakan bahwa TikTok sudah menjadi media sosial yang banyak dimiliki dan digunakan oleh para mahasiswa dalam keseharian. Jika dilihat dari jumlah total pengunduh dan loyalnya para pengguna aplikasi TikTok, dapat dikatakan bahwa aplikasi TikTok telah sukses menjadi pusat perhatian dari seluruh kalangan. Namun, bukan berarti tidak terdapat celah kegagalan pada aplikasi TikTok ini. Sehingga peneliti tertarik untuk menganalisa variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan kekecewaan pengunduh aplikasi TikTok [4]. Oleh karena itu, diperlukan suatu metode analisis data agar kualitas aplikasi TikTok dapat ditingkatkan di masa mendatang. Ada banyak teknik dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi, namun yang paling populer dan banyak digunakan adalah strategi EUCS.

End User Computing Satisfaction (EUCS) menjadi salah satu teknik populer untuk memperkirakan pemenuhan kepuasan klien suatu aplikasi, yang berarti kepuasan pengguna komputasi akhir. Selain itu, metode ini menjadi model pengujian yang paling banyak digunakan untuk mengetahui kepuasan klien [5]. Strategi EUCS umum dipergunakan sebagai pengujian terhadap pengaruh dari akurasi, konten, kemudahan pengguna, format, dan ketepatan waktu pada pemenuhan pengguna. Kesesuaian aplikasi dengan keinginan pengguna adalah ukuran kepuasan pengguna [6]. Suatu aplikasi dikatakan bisa diandalkan apabila pengguna atau klien merasa puas [7]. Pengukuran tingkat kepuasan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel, yakni: konten, keakuratan, bentuk, kemudahan pengguna, dan aktualitas [8].

Berdasarkan permasalahan yang diteliti dan didukung oleh literature dari penelitian terdahulu, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul analisa kepuasan mahasiswa terhadap aplikasi TikTok menggunakan metode *End User Computing Satisfaction*.

2. Tinjauan Pustaka

Analisis Kepuasan Mahasiswa STMIK dalam Pemanfaatan Akun Instagram Menggunakan *Teori Uses and Gratifications* menjadi topik penelitian yang dilakukan pada tahun 2023 oleh Lila Setiyani. Penelitian ini ditujukan untuk mengevaluasi pemenuhan klien dari akun Instagram @stmikrosmaofficial. Hasil penelitiannya adalah pengujian membuktikan kepuasan yang diperoleh berpengaruh terhadap kepuasan pengikut Instagram @stmikrosmaofficial [9].

Analisa Kepuasan Pengguna Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap *Business Performance Satisfaction* menjadi topik penelitian yang dilakukan pada 2018 oleh Abdul Aziz. Penelitian berfokus mencari tau pemanfaat sosial media oleh UMKM kuliner dan pengaruh terhadap hasil dari kinerja bisnis oleh UMKM kuliner. Hasil dari penelitiannya adalah penggunaan Instagram berdampak positif akan tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan kepuasan bisnis UMKM kuliner di Malang [10].

Analisa Kepuasan Konsumen dengan Servqual menjadi topik penelitian yang dilakukan pada 2014 oleh Aryo Tri Sambodo. Penelitian berfokus untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen PT. Bhinneka Mentari Dimensi terkait promosi lewat sosial media. Hasil dari penelitiannya yaitu diharapkan PT Bhinneka Dimensi bisa memanfaatkan media sosial sebaik mungkin, menggunakan semua fitur-fiturnya baik yang ada di *facebook*, *website*, ataupun *twitter* [11].

Penelitian ini berfokus pada tingkatan kepuasan mahasiswa yang ada di Kota Pekanbaru terhadap aplikasi TikTok. Penelitian ini menggunakan metode *EUCS* agar mendapatkan hasil yang akurat. Hasil yang diharapkan adalah tingkat kepuasan mahasiswa terhadap aplikasi TikTok.

3. Metodologi

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik analisa pemeriksaan kuantitatif. Analisa kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk melihat populasi atau tes delegasi tertentu, pengumpulan informasi lapangan menggunakan survei, pemeriksaan informasi kuantitatif menggunakan pengukuran. Metode deskriptif merupakan strategi yang menggambarkan garis besar subjek yang diteliti tanpa merancang dengan menggunakan informasi atau tes dari organisasi terkait. Alasan penggunaan metode deskriptif adalah untuk menggambarkan subjek penelitian dan hasil yang sudah diperoleh.

3.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini memiliki populasi berjumlah 100 mahasiswa di Kota Pekanbaru yang telah menggunakan aplikasi TikTok selama kurang lebih satu tahun yang menjadi fokus pada penelitian ini. Pada penelitian ini, jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow. Berikut rumus Lemeshow yang dapat digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui jumlah pengguna TikTok di Kota Pekanbaru, yaitu:

$$N = (z^2 p(1-p))/d^2 \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

n = total sample

z = z score on trust 95% = 1,96

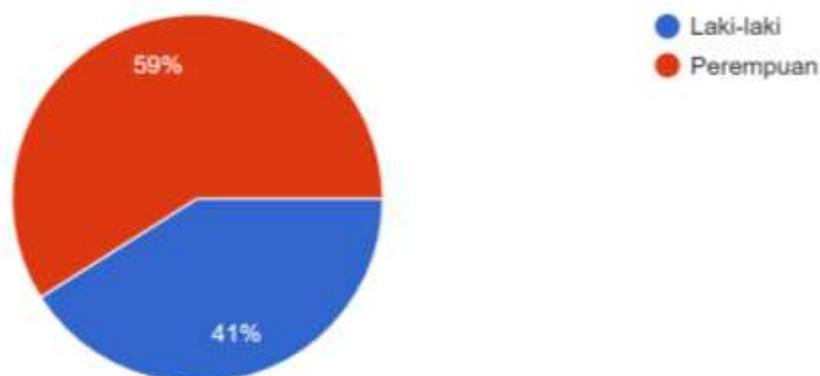
p = maximum estimate = 50% = 0,5

d = error rate = 10%

Jumlah subjek penelitian yang mencukupi diindikasikan setiap kali $p = 0,5$. Dengan nilai koefisien kepastian 96% serta kesalahan sampel 10%, pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

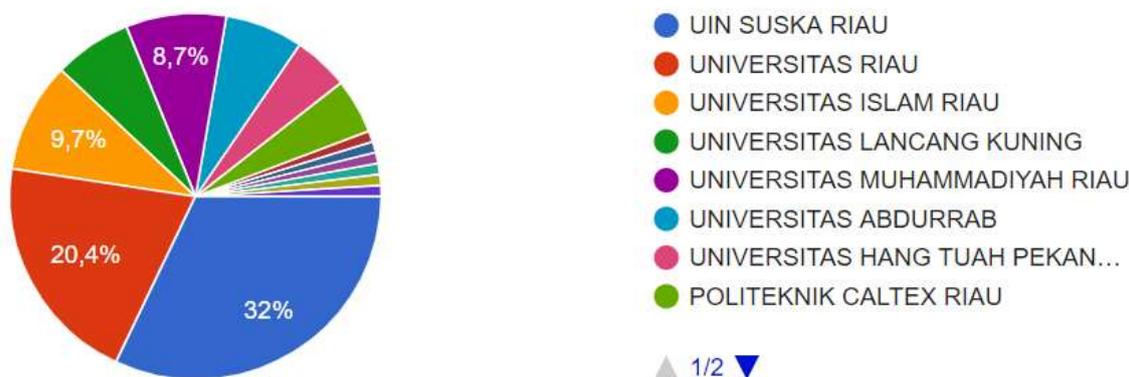
$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,2}{0,01} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah minimum orang yang mengikuti penelitian berjumlah 96 responden, dan dilakukan pembulatan menjadi 100 responden dari mahasiswa yang ada di Kota Pekanbaru. Pengelompokan data kuesioner dibagi menurut *gender* responden, dan asal universitas responden yang ada di Kota Pekanbaru. Profil responden bersarkan *gender* responden ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Gender responden

Dapat dilihat pada Gambar 1, dinyatakan sebanyak 100 responden yang digunakan dalam analisis ini, 59 orang diantaranya adalah wanita, dengan persentase 59%. Dan 41 orang diantaranya adalah pria, dengan persentase 41%. Data asal universitas responden ditunjukkan dengan Gambar 2.



Gambar 2. Asal Universitas Responden

Dapat dilihat pada Gambar 2, bahwa total 100 data peserta yang digunakan untuk analisa ini, mayoritas responden berasal dari UIN Suska Riau yang berjumlah 33 orang, dengan persentase 32%. 22 responden dengan persentase 20,4% berasal dari Universitas Riau. 10 responden dengan persentase 9,7% berasal dari Universitas Islam Riau, 9 responden dengan persentase 8,7% berasal dari Universitas Muhammadiyah Riau. 8 responden dengan persentase 7,8% berasal dari Universitas Lancang Kuning. 7 responden dengan persentase 6,8% berasal dari Universitas Abdurrahman. 5 responden dengan persentase 4,9% berasal dari Universitas Hangtuah. 5 responden dengan persentase 4,9% berasal dari Politeknik Caltex Riau. Dan 1 responden dengan persentase 1% berasal dari STIE Amik Maha Putra Riau.

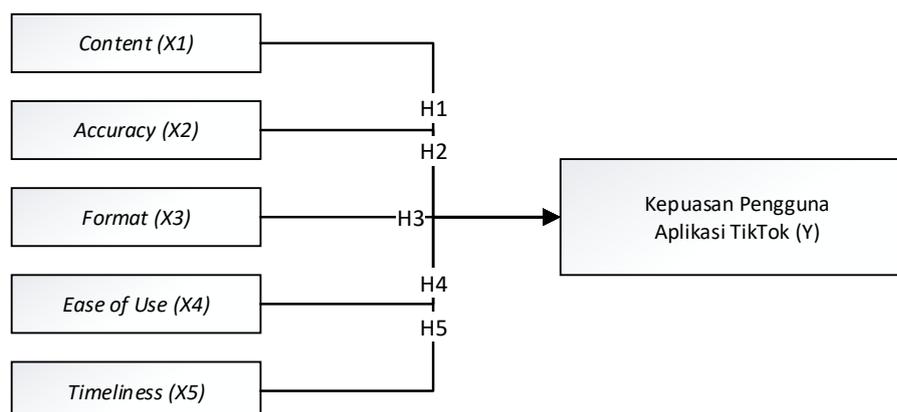
3.3 Metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)*

EUCS menjadi salah satu metode umum bagi kerangka data atau aplikasi oleh pengguna berdasarkan pengalaman mereka. Strategi EUCS, yang menekankan pemenuhan pengguna akhir berdasarkan perspektif teknologi, bernilai sebagai proporsi tingkat pemenuhan pengguna akhir kerangka data [12]. Komponen EUCS ada 5 yaitu konten, akurasi, bentuk, kemudahan pengguna, dan aktualitas [13]. Berikut adalah klarifikasi tiap-tiap aspek yang diperkirakan dengan teknik EUCS:

- 1) *Content*, aspek ini menentukan seberapa puas klien akhir dengan melihat substansi kerangka data, yang menggabungkan model tertentu atau bekerja dengan tujuan tertentu. Isi sistem informasi harus mutakhir dan mudah digunakan. Klien akan lebih senang dengan data yang lebih lengkap.
- 2) *Accuracy*, aspek ini memperkirakan ketepatan kerangka dalam menangani informasi dan menyampaikan data. Pada saat pengolahan data banyak sekali terjadi kesalahan yang menandakan bahwa sistem sudah akurat.
- 3) *Format*, aspek ini melihat bagaimana sistem antarmuka terlihat dan terasa bagi pengguna akhir untuk menentukan seberapa puas mereka. Tingkat efektivitas pengguna dapat dipengaruhi oleh tampilan produk yang menarik dan antarmuka yang sederhana.
- 4) *Easy of Use*, aspek ini mencakup keseluruhan siklus dari awal hingga akhir, termasuk memasukkan, menangani dan mencari informasi, serta mengaudit informasi terakhir yang tetap dapat diakses oleh klien akhir.
- 5) *Timeliness*, aspek yang memberi atau menyajikan data. Semakin cepat kerangka kerja memproses informasi dan menghasilkan hasil, maka semakin cepat kerangka kerja bisa dipergunakan sebagai penilaian terhadap ketepatan kerangka kerja.

3.4 Hipotesis Penelitian

Pemeriksaan ini menggunakan desain klausul dengan tujuan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya [14]. Berdasarkan permasalahan yang sudah ada, maka disusun hipotesis seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Hipotesis Penelitian

Ada lima variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan klien dalam penerapan suatu sistem. Variabel tersebut adalah: *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* [15]. Berikut merupakan hipotesis penelitian berdasarkan model EUCS yang terdapat 5 hipotesis, yaitu:

- H1 = *Content* (X1), memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok
- H2 = *Accuracy* (X2), memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok
- H3 = *Format* (X3), memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok
- H4 = *Ease of Use* (X4), memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok
- H5 = *Timeliness* (X5), memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

Terdapat 100 responden untuk data pada penelitian ini. Validitas pertanyaan dievaluasi berdasarkan tanggapan responden dalam menentukan valid atau tidak validnya pertanyaan tersebut. Nilai r tabel dapat digunakan untuk menentukan apakah pertanyaan tersebut valid dan juga dapat membuat kesimpulan tentangnya. Dengan taraf signifikansi 5%, r tabel yang disusun dari 100 responden adalah 0,1966. Disini bisa diambil kesimpulan bahwasannya butir soal valid dan proses dapat dilanjutkan apabila nilai dari r hitung > nilai r tabel. Dapat dilihat hasil uji validitas berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	R Tabel	R Hitung	Signifikan	Keterangan
X1.1	0,1966	0,617	0,000	VALID
X1.2	0,1966	0,646	0,000	VALID
X1.3	0,1966	0,632	0,000	VALID
X1.4	0,1966	0,759	0,000	VALID
X2.1	0,1966	0,749	0,000	VALID
X2.2	0,1966	0,651	0,000	VALID
X2.3	0,1966	0,518	0,000	VALID
X3.1	0,1966	0,638	0,000	VALID
X3.2	0,1966	0,609	0,000	VALID
X3.3	0,1966	0,712	0,000	VALID
X4.1	0,1966	0,728	0,000	VALID
X4.2	0,1966	0,591	0,000	VALID

Variabel	R Tabel	R Hitung	Signifikan	Keterangan
X4.3	0,1966	0,734	0,000	VALID
X5.1	0,1966	0,764	0,000	VALID
X5.2	0,1966	0,743	0,000	VALID
Y	0,1966	0,727	0,000	VALID

Berdasarkan Tabel 1. Uji Validitas, diketahui bahwasannya variabel X1.1 hingga X1.4 yang merupakan variabel pertanyaan pada dimensi *content* memperoleh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka validitas pertanyaan pada dimensi *content* dinyatakan valid. Pada variabel X2.1 hingga X2.3 yang merupakan variabel pertanyaan pada dimensi *accuracy* memperoleh nilai r hitung lebih besar dipada r tabel, maka validitas pertanyaan pada dimensi *accuracy* dinyatakan valid. Pada variabel X3.1 hingga X3.3 yang merupakan variabel pertanyaan pada dimensi *format* memperoleh nilai r hitung lebih bear daripada r tabel, maka validitas pertanyaan pada dimensi *format* dinyatakan valid. Pada variable X4.1 hingga X4.3 yang merupakan variabel pertanyaan pada dimensi *ease of use* memperoleh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka validitas pertanyaan pada dimensi *ease of use* dinyatakan valid. Pada variabel X5.1 dan X5.2 yang merupakan variabel pertanyaan pada dimensi *timeliness* memperoleh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka validitas pertanyaan pada dimensi *timeliness* dinyatakan valid. Pada variabel Y yang merupakan variabel pertanyaan pada dimensi kepuasan memperoleh nilai r hitung lebih besar daripada r table, maka pertanyaan pada dimensi kepuasan dinyatakan valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfokus kearah konsistensi dari kuesioner yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dari klien pada aplikasi TikTok. Nilai *Cronbach's Alpha* dapat digunakan untuk menentukan kredibilitas pertanyaan. Nilai r tabel sebesar 0,1966. Untuk mengetahui apakah pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden bernilai reliabel atau tidak, ditunjukkan dengan hasil program SPSS berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	r Tabel	Cronbach's Alpha	Explanation
X1.1	0,1966	0,916	RELIABEL
X1.2	0,1966	0,915	RELIABEL
X1.3	0,1966	0,916	RELIABEL
X1.4	0,1966	0,911	RELIABEL
X2.1	0,1966	0,912	RELIABEL
X2.2	0,1966	0,916	RELIABEL
X2.3	0,1966	0,920	RELIABEL
X3.1	0,1966	0,916	RELIABEL
X3.2	0,1966	0,916	RELIABEL
X3.3	0,1966	0,913	RELIABEL
X4.1	0,1966	0,912	RELIABEL
X4.2	0,1966	0,917	RELIABEL
X4.3	0,1966	0,912	RELIABEL
X5.1	0,1966	0,911	RELIABEL
X5.2	0,1966	0,912	RELIABEL
Y	0,1966	0,913	RELIABEL

Dari Tabel 2, seluruh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,1966 (r tabel); Oleh karena itu, tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian tersebut dianggap bisa diandalkan dan dapat dimanfaatkan untuk analisa berikutnya.

4.3 Analisa Deskriptif

Hasil deskriptif data responden pada pengolahan data ini memberikan penjelasan definitif tentang faktor-faktor pada penelitian. *Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of*

Use (X4), serta *Timeliness* (X5) adalah lima faktor independen dalam penelitian ini. Selanjutnya, variabel dependen *End User Satisfaction* (Y) muncul. Tabel 3 berikut menunjukkan analisis deskriptif variabel-variabel ini terhadap kepuasan pengguna akhir (EUCS) terhadap kinerja aplikasi TikTok:

Tabel 3. Analisa Deskriptif

Variabel	Nilai Skor		Persentase	Keterangan
	SK	SH	100%	
<i>Content</i>	1600	1278	80%	Sangat Setuju
<i>Accuracy</i>	1200	813	68%	Setuju
<i>Format</i>	1200	955	80%	Sangat Setuju
<i>Ease of Use</i>	1200	1012	84%	Sangat Setuju
<i>Timeliness</i>	800	639	80%	Sangat Setuju
<i>Satisfaction</i>	400	328	82%	Sangat Setuju

Berdasarkan Tabel 3. Analisa Deskriptif, diketahui bahwasannya variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* terdapat 100 orang responden. Pada nilai SK (*Content*) didapatkan dari skor tertinggi tiap item (4) x jumlah item pernyataan (4) x jumlah responden (100), jadi didapatkan hasil SK (*Content*) sebesar 1600 dan hasil SH (*Content*) yang didapatkan dari hasil pengumpulan data variabel *content* sebesar 1278. Pada nilai SK (*Accuracy*) didapatkan dari skor tertinggi tiap item (4) x jumlah item pernyataan (3) x jumlah responden (100), jadi didapatkan hasil SK (*Accuracy*) sebesar 1200 dan hasil SH (*Accuracy*) yang didapatkan dari hasil pengumpulan data variabel *accuracy* sebesar 813. Pada nilai SK (*Format*) didapatkan dari skor tertinggi tiap item (4) x jumlah item pernyataan (3) x jumlah responden (100), jadi didapatkan hasil SK (*Format*) sebesar 1200 dan hasil SH (*Format*) yang didapatkan dari hasil pengumpulan data variabel *format* sebesar 955. Pada nilai SK (*Ease of Use*) didapatkan dari skor tertinggi tiap item (4) x jumlah item pernyataan (3) x jumlah responden (100), jadi didapatkan hasil SK (*Ease of Use*) sebesar 1200 dan hasil SH (*Ease of Use*) yang didapatkan dari hasil pengumpulan data variabel *ease of use* sebesar 1012. Pada nilai SK (*Timelines*) didapatkan dari skor tertinggi tiap item (4) x jumlah item pernyataan (2) x jumlah responden (100), jadi didapatkan hasil SK (*Timeliness*) sebesar 800 dan hasil SH (*Timeliness*) yang didapatkan dari hasil pengumpulan data variabel *timeliness* sebesar 639. Pada nilai SK (*Satisfaction*) didapatkan dari skor tertinggi tiap item (4) x jumlah item pernyataan (1) x jumlah responden (100), jadi didapatkan hasil SK (*Satisfaction*) sebesar 400 dan hasil SH (*Satisfaction*) yang didapatkan dari hasil pengumpulan data variabel *satisfaction* sebesar 328.

4.4 Analisa Regresi Linier Berganda

Hasil analisa linier berganda memberikan kejelasan tentang hubungan antara variabel bebas, terhadap variabel terikat. Didapatkan pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4. Analisa Regresi Linier Berganda

Model		Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar
		B	Std. Kesalahan	Beta
1	(Konstan)	0.051	0.362	
	<i>Content</i>	0.115	0.032	0.374
	<i>Accuracy</i>	0.028	0.036	0.082
	<i>Format</i>	0.072	0.042	0.179
	<i>Ease of Use</i>	0.074	0.041	0.193
	<i>Timeliness</i>	0.015	0.049	0.034

Berdasarkan Tabel 4 yang proses menggunakan SPSS dapat dijabarkan melalui contoh regresi berikut:

$$Y = 0,051 + 0,115X_1 + 0,028X_2 + 0,072X_3 + 0,074X_4 + 0,015X_5$$

- 1) *Contant* = 0,051. Diartikan dengan asumsi faktor konten, akurasi, bentuk, kemudahan pengguna dan aktualitas tidak memiliki arti, maka saat itu variabel kepuasan bernilai 0,051
- 2) *Content Coefficient* = 0,115. Hal ini sebenarnya berarti bahwa dengan asumsi variabel substansi bertambah 1 satuan sementara faktor-faktor lain dipandang konsisten, maka pada saat itu, variabel yang dapat diandalkan, khususnya pemenuhan, bertambah sebesar 0,115.
- 3) *Accuracy Coefficient* = 0,028. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat yaitu *satisfaction* meningkat sebanyak 0,028 jika variabel akurasi meningkat satu satuan sedangkan variabel lainnya tetap.
- 4) *Format Coefficient* = 0,072. Hal ini berarti bahwa dengan asumsi variabel pengaturan bertambah sebesar 1 satuan sementara faktor-faktor lain dianggap stabil, maka variabel yang dapat diandalkan, yaitu pemenuhan, meningkat sebesar 0,072.
- 5) *Easy of Use Coefficient* = 0,074. Artinya, jika variabel tujuan sederhana bertambah 1 satuan sementara faktor-faktor lain dipandang konsisten, maka pada titik tersebut, variabel yang dapat diandalkan, khususnya pemenuhan, bertambah sebesar 0,074.
- 6) *Timeliness Coefficient* = 0,015. Hal ini sebenarnya berarti bahwa dengan asumsi variabel idealitas bertambah sebesar 1 satuan sementara faktor-faktor lain dipandang konsisten, maka variabel yang dapat diandalkan, yaitu pemenuhan spesifik, naik sebanyak 0,015.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji T

Hasil pengujian berfungsi sebagai pengukur besarnya pengaruh 1 (satu) variabel bebas sampai tingkat tertentu guna menentukan variabel yang dapat diandalkan. 5% merupakan tingkat signifikansi yang digunakan. Berdasarkan hasil pengujian di SPSS, maka hasil yang diperoleh seperti berikut:

Tabel 5. Uji T

Variabel	Sig	t Hitung	t Tabel	Pengaruh
<i>Content</i>	0.001	3.596	1,986	Terdapat Pengaruh
<i>Accuracy</i>	0.428	0.795	1,986	Tidak Terdapat Pengaruh
<i>Format</i>	0.088	1.724	1,986	Tidak Terdapat Pengaruh
<i>Ease of Use</i>	0.076	1.792	1,986	Tidak Terdapat Pengaruh
<i>Timeliness</i>	0.756	0.312	1,986	Tidak Terdapat Pengaruh

- 1) Konsekuensi uji T menunjukkan nilai kepentingan pengaruh variabel *content* terhadap variabel kepuasan $0,001 < 0,05$ (5% kepentingan) dan nilai t hitung $3,596 > t$ tabel 1,986. Artinya, sangat beralasan jika H1 (*Content*) berpengaruh terhadap kepuasan.
- 2) Konsekuensi uji T menunjukkan nilai kepentingan pengaruh variabel *accuracy* terhadap variabel kepuasan $0,428 > 0,05$ (5% kepentingan) dan t hitung yang ditentukan $0,792 < t$ tabel 1,986. Artinya, sangat beralasan jika H2 (*Accuracy*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan.
- 3) Konsekuensi uji T menunjukkan nilai kepentingan pengaruh variabel *format* terhadap variabel kepuasan $0,088 > 0,05$ (kepentingan 5%) dan t hitung yang ditentukan $1,724 < t$ tabel 1,986. Artinya, sangat beralasan jika H3 (*Format*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan.
- 4) Konsekuensi uji T menunjukkan nilai kepentingan pengaruh variabel *ease of use* pengguna terhadap kepuasan $0,076 > 0,05$ (5% kepentingan) dan t hitung $1,792 < t$ tabel 1,986. Artinya, sangat beralasan jika H4 (*Ease of Use*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan.
- 5) Konsekuensi uji T menunjukkan nilai kepentingan pengaruh variabel *timeliness* terhadap variabel kepuasan $0,756 > 0,05$ (kepentingan 5%) dan t hitung yang

ditentukan $0,312 < t$ tabel 1,986. Artinya, sangat beralasan jika H5 (*Timeliness*) tidak ada pengaruh terhadap kepuasan.

4.5.2 Uji F

Hasil pengujian berfungsi untuk melihat sejauh mana kepuasan klien berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel yang ada pada EUCS dalam penggunaan TikTok. Tingkat kepentingan 5% atau $= 0,05$ digunakan untuk pengujian. f tabel didapatkan melalui perhitungan berikut; f tabel = $f(k; n - k) = F(5;95) = 2,31$. Hasil tes analisisnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Squares	F	Signifikan
1 Regresi	18.530	5	3.706	17.747	.000 ^b
Sisa	19.630	94	0.209		
Total	38.160	99			

Tabel 6 menunjukkan uji f pada variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* terhadap pemenuhan klien dengan nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai f 17,747 lebih besar dibandingkan f table bernilai 2,31. Dengan cara ini, dapat diasumsikan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y.

4.6 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Nilai R^2 model regresi merupakan koefisien determinasi yang berguna sebagai pemberi informasi tingkat kemampuan variabel terikat yang bisa dinyatakan oleh variabel bebas tersebut. Hasil dari pengujian R^2 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,697 ^a	0,486	0,458	0,457

Berdasarkan Tabel 7. Uji Koefisien Determinan menggunakan *software* SPSS didapatkan nilai R Square 0,486 menunjukkan variabel terikat dapat menjelaskan variabel bebas dengan nilai akurasi 48,6%.

4.7 Pembahasan

- 1). Pengaruh *Content* (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok.
Berdasarkan uji T, diperoleh nilai t hitung 3,596 lebih besar dari t tabel 1,986 dan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 (5% kepentingan). Artinya, bisa disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *content* terhadap kepuasan. Menurut persepsi dari responden menganggap isi konten pada aplikasi TikTok sudah memuaskan para penggunanya karena bagi pengguna, isi konten dari aplikasi TikTok sudah sesuai dengan kebutuhan, menyediakan konten yang beragam, berkualitas, dan bermanfaat.
- 2). Pengaruh *Accuracy* (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok.
Berdasarkan uji T, diperoleh nilai t hitung 0,792 lebih kecil dari t tabel 1,986 dan tingkat signifikansi 0,428 lebih besar dari 0,05 (5% kepentingan). Artinya, bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *accuracy* terhadap kepuasan. Menurut persepsi dari responden menganggap keakuratan informasi pada aplikasi TikTok tidak memuaskan para penggunanya karena masih banyak kesalahan ketika aplikasi TikTok menerima inputan dan mengelolanya menjadi informasi, informasi yang dihasilkan masih kurang terpercaya, dan informasi yang diberikan masih belum akurat.
- 3). Pengaruh *Format* (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok.

Berdasarkan uji T, diperoleh nilai t hitung 1,724 lebih kecil dari t tabel 1,986 dan tingkat signifikansi 0,088 lebih besar dari 0,05 (5% kepentingan). Artinya, bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *format* terhadap kepuasan. Menurut persepsi dari responden menganggap tampilan pada aplikasi TikTok tidak memuaskan para penggunanya karena tampilannya masih kurang menarik dan kurang memudahkan pengguna.

- 4). Pengaruh *Ease of Use* (X4) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok.
Berdasarkan uji T, diperoleh nilai t hitung 1,792 lebih kecil dari t tabel 1,986 dan tingkat signifikansi 0,076 lebih besar dari 0,05 (5% kepentingan). Artinya, bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *ease of use* terhadap kepuasan. Menurut persepsi dari responden menganggap kemudahan penggunaan pada aplikasi TikTok tidak memuaskan para penggunanya karena aplikasi TikTok masih susah untuk digunakan.
- 5). Pengaruh *Timeliness* (X5) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi TikTok
Berdasarkan uji T, diperoleh nilai t hitung 0,312 lebih kecil dari t tabel 1,986 dan tingkat signifikansi 0,756 lebih besar dari 0,05 (5% kepentingan). Artinya, bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *timeliness* terhadap kepuasan. Menurut persepsi dari responden menganggap ketepatan waktu pada aplikasi TikTok tidak memuaskan para penggunanya karena informasi yang dibutuhkan pengguna belum bisa diperoleh dengan cepat dan informasi yang ditampilkan kurang ter-*update*.
- 6). Kepuasan pengguna terhadap aplikasi TikTok menggunakan Model EUCS
Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji *statistic* yang dilakukan menggunakan SPSS melalui pengujian hipotesis uji F, tentang pengaruh variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use* serta *timeliness*, maka diperoleh hasil bahwasannya variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use* dan *timeliness* terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi TikTok.

5. Kesimpulan

Dari hasil analisa data, cenderung beralasan bahwa dari spekulasi yang dilakukan, khususnya faktor *content* (X1), *accuracy* (X2), *format* (X3), *ease of use* (X4), dan *timeliness* (X5) memberikan pengaruh dengan serentak pada variabel kepuasan (Y) 0,486 atau = 48,6% dengan total 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa 48 responden dari total 100 responden yang diteliti merasa puas dengan aplikasi TikTok. Berdasarkan hasil uji T, hanya variabel *content* saja yang berpengaruh, sedangkan empat variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap kepuasan (Y).

Berdasarkan lima faktor X tersebut, disadari bahwa pengguna kurang puas dengan akurasi, bentuk, kemudahan pengguna dan aktualitas yang saat ini ada pada aplikasi TikTok. Sejalan dengan itu, perlu adanya peningkatan dari segi kelengkapan dan kualitas yang terkait dengan *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* meningkatkan kepuasan dari para penggunanya.

Daftar Referensi

- [1] A. Z. Yonatan, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026." <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>.
- [2] C. M. Annur, "10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023)." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>.
- [3] Ginee, "Pengguna TikTok Indonesia Gempar," 2021. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>.
- [4] P. A. Agustin and I. K. D. Nuryana, "Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, vol. 03, no. 04, pp. 80–90, 2022.
- [5] N. A. Nopitasari and D. F. Suyatno, "Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, vol. 04, no. 03, pp. 9–20, 2023.
- [6] R. Nabilla and Z. Baridwan, "Analisis Kesesuaian Siklus Pendapatan E-Commerce," vol. 1,

- pp. 1–13, 2019.
- [7] F. Wana and L. A. Abdillah, "Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Pengguna E-Learning Universitas Bina Darma Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)," *Bina Darma Conf. Comput. Sci.*, p. 2222, 2019, [Online]. Available: <http://conference.binadarma.ac.id/index.php/BDCCS/article/view/474/413>.
- [8] R. Agustina and L. A. Abdillah, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bintang Cash & Credit Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EuCS)," *Bina Darma Conf. Comput. Sci.*, vol. 3, no. 4, pp. 692–701, 2021.
- [9] L. Setiyani, M. Wahidin, and F. P. P. Kriswanto, "Analisis Kepuasan Mahasiswa Stmik Rosma Dalam Pemanfaatan Akun Instagram @Stmikrosmaofficial Menggunakan Teori Uses And Gratifications," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 17, no. 4, pp. 167–174, 2023, doi: 10.35969/interkom.v17i4.276.
- [10] A. Aziz, Y. T. Mursityo, and A. Rachmadi, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap Business Performance Satisfaction (Studi Pada Pengusaha Kuliner Di Kota Malang)," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 11, pp. 5708–5717, 2018.
- [11] A. T. Sambodo and H. B. Dirgantara, "Analisis Kepuasan Konsumen dengan Servqual Studi Kasus: Media Sosial Bhinneka.Com," *Semin. Nas. Sist. Inf. Indones.*, no. September, pp. 37–42, 2014.
- [12] A. Ilias, M. R. Yasoa', M. Z. A. Razak, and R. A. Rahman, "The Study of End-User Computing Satisfaction (EUCS) on Computerised Accounting System (CAS) Among Labuan F.T Private Companies," *Sustain. Compet. a Lib. Econ. Role Account.*, vol. 2, no. 1, pp. 12–35, 2015, doi: 10.5848/csp.1487.00001.
- [13] A. Yudistira, D. Novita, P. Studi, S. Informasi, U. Multi, and D. Palembang, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Arsip Digital Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS)," *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, vol. 3, no. 2, pp. 176–188, 2022.
- [14] D. Novita, "Analisis Pengaruh Implementasi E-Learning Vilep di Poltekkes Kemenkes Palembang dengan Pendekatan EUCS," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 7, no. 1, pp. 29–41, 2020, doi: 10.35957/jatisi.v7i1.290.
- [15] I. Kurniasih, D. Pibriana, P. Studi, and S. Informasi, "Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 8, no. 1, pp. 181-198, 2021.