

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI MEDIA SOSIAL X REBRANDING TWITTER  
MENGUNAKAN METODE END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)**

**Tugas Akhir**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat  
Sarjana Sistem Informasi



**FELIX KURNIAWAN**

**NPM: 201710591**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023/2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL X REBRANDING TWITTER MENGGUNAKAN  
METODE END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)

yang disusun oleh

Felix Kurniawan

201710591

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 26 Juli 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Emanuel Ristian Handoyo, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 26 Juli 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini.

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Felix Kurniawan  
NPM : 201710591  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri  
Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Media Sosial X  
Rebranding Twitter Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 26 Juli 2024  
Yang menyatakan,

Felix Kurniawan  
201710591

## PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang dilimpahkan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir tentang “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Media Sosial X Rebranding Twitter Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)”. Dalam penyusunan tugas akhir, penulis melalui berbagai kendala dan kesulitan. Namun, berkat kebaikan dan kemurahan Tuhan Yang Maha Esa serta pihak-pihak lain yang terlibat dalam membantu proses penyusunan tugas akhir ini, seluruh kendala dan kesulitan yang dilalui dapat teratasi dengan baik. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya yang tidak terhingga dalam menyertai penulis selama proses penyusunan tugas akhir.
2. Kedua Orang Tua dan Saudari penulis yang selalu mendukung secara penuh setiap proses dan keputusan yang penulis ambil.
3. Bapak Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T. IPU selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri.
4. Bapak Julius Galih Prima Negara, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Bapak Yohanes Priadi Wibisono, S.T., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan dari awal hingga akhir perkuliahan.
6. Ibu Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir ke-1 yang senantiasa memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
7. Ibu Dr. F. Spty Rahayu, S.T., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir ke-2 yang senantiasa memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
8. Dan seluruh Dosen Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah membantu penulis selama 4 tahun ini dengan membagikan berbagai ilmu yang berharga kepada penulis.
9. Berserta seluruh teman penulis yang sudah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan yang tidak dapat penulis cantumkan seluruhnya.

Dalam menutupi tugas akhir ini, penulis sadar akan kekurangan yang dimiliki dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis sangat menghargai saran, opini, dan kontribusi yang dapat diberikan untuk kebutuhan perbaikan tugas akhir menjadi lebih baik. Diharapkan dari penelitian yang sudah terlaksanakan ini, penelitian tugas akhir ini dapat bermanfaat di masa yang akan datang.

Yogyakarta

Penulis,

Felix Kurniawan

## INTISARI

Pada zaman teknologi dan internet yang mengalami kemajuan secara signifikan, aplikasi media sosial adalah salah satu teknologi dengan 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 penggunanya 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 secara deduktif untuk menguji dan memvalidasi teori sebelumnya dengan menyebarkannya ke berbagai media. Kemudian, data responden tersebut diolah dan dianalisa dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*. Pada akhir penelitian, hasil yang diperoleh adalah 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)*

## ABSTRACT

*In the era of technology and internet which has experienced significant progress, social media applications are one technology with the internet that connects 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, which is a microblogging application that allows users to upload status 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 be able to provide satisfaction to its users, which would be beneficial if this were evaluated. This research aims to identify factors that contribute to the level of X social media application user satisfaction 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)*

# DAFTAR PUSTAKA

<b>PRAKATA .....</b>	<b>iii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Batasan Masalah.....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	4
1.6. Bagan Keterkaitan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Studi Sebelumnya .....	6
2.2. Dasar Teori .....	10
2.2.1. Kepuasan Pengguna .....	10
2.2.2. Aplikasi Media Sosial X .....	12
2.2.3. Model End User Computing Satisfaction (EUCS).....	13
2.3. Model dan Hipotesis Penelitian. ....	15
2.3.1. Model Penelitian .....	15
2.3.2. Hipotesis Penelitian .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1. Tahapan Penelitian .....	22
3.1.1. Studi Literatur .....	23
3.1.2. Penyusunan dan Penetapan Instrumen .....	23
3.1.3. Penyusunan Kuesioner dan Pengumpulan Data .....	28
3.1.4. Pengolahan Data .....	30
<u>3.1.4.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....</u>	<u>33</u>
<u>3.1.4.4. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).....</u>	<u>33</u>
<u>3.1.4.5. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....</u>	<u>34</u>
<u>3.1.4.6. Uji t Hitung (Uji Parsial) .....</u>	<u>34</u>
3.1.5. Analisis dan Interpretasi Data .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>



4.1. Karakteristik Responden .....	35
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.1.2. Berdasarkan Usia .....	36
4.1.3. Berdasarkan Status .....	36
4.1.4. Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Aplikasi .....	37
4.2. Uji Kualitas Instrumen.....	37
4.2.1. Uji Validitas .....	37
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	39
4.3. Uji Statistik Deskriptif .....	39
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	43
4.4.1. Uji Normalitas .....	43
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	44
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....	44
4.4.4. Uji Autokorelasi .....	45
4.5. Uji Koefisien Determinasi.....	46
4.5.1. Uji Statistik F .....	47
4.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
4.7. Hasil dan Pembahasan Uji Hipotesis.....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>35</b>
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran . .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Ulasan Pengguna Aplikasi Media Sosial X.....	2
Gambar 1.2. Bagan Keterkaitan.....	5
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	15
Gambar 2.2. Model dan Instrumen Penelitian.....	17
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian.....	22
Gambar 4.1. Demografi Jenis Kelamin Responden.....	35
Gambar 4.2. Demografi Rentang Usia Responden.....	36
Gambar 4.3. Demografi Status Sosial Responden.....	36
Gambar 4.4. Demografi Jangka Waktu Penggunaan Aplikasi.....	37
Gambar 4.5. Navigasi Menggunakan <i>Icon</i> .....	53
Gambar 4.6. Fitur Subnavigasi Secara <i>Real-Time</i> .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Studi Sebelumnya.....	8
Tabel 3.1. Instrumen Pertanyaan Penelitian .....	25
Tabel 4.1. Hasil Perhitungan R tabel .....	38
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4.4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	40
Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 4.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4.8. Hasil Uji Autokorelasi .....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	46
Tabel 4.10. Hasil Uji Statistik F.....	47
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Uji t secara Parsial).....	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis.....	50