

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Rafis dkk. [14] pada tahun 2020, melaksanakan penelitian berjudul Kepuasan Mahasiswa Terhadap Media Sosial TikTok Memanfaatkan Model *EUCS*. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang terlibat secara andil terhadap tingkat kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi media sosial TikTok dimana terdapat 5 faktor, yakni konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode *random sample* sebesar 100 responden serta *SPSS* sebagai alat bantu analisis data responden. Penelitian ini menghasilkan faktor konten berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan pengguna. Sedangkan akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu berpengaruh secara signifikan kepada ketidakpuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok di Kota Pekanbaru berdasarkan hasil uji hipotesis yang teruji.

Yusroaini dkk. [15] pada tahun 2024, melaksanakan studi yang berjudul Evaluasi Tingkat Kepuasan UMKM Pengguna Aplikasi Facebook Sebagai *Social Commerce* Memanfaatkan Model *EUCS*. Penelitian ini bertujuan mengetahui kepuasan UMKM yang menggunakan aplikasi media sosial Facebook sebagai *social commerce* memanfaatkan model *EUCS* dan menghasilkan rekomendasi bagi UMKM yang belum memanfaatkan Facebook sebagai *social commerce*. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan memperoleh sampel penelitian sebesar 61 responden serta *SPSS* sebagai perangkat lunak dalam analisis data responden. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa variabel yang memperoleh nilai negatif yakni, *content* sebesar 0,658 dan *ease of use* sebesar 0,580 dimana 2 variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dikarenakan nilai *t* hitung yang diperoleh tidak melebihi nilai *t* tabel sebesar 1,67. Sedangkan, 3 variabel lainnya yakni *accuracy* sebesar 7,798, *format* sebesar 2,012 dan *timeliness* sebesar 1,721 secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dikarenakan nilai *t* hitung melebihi *t* tabel sebesar 1,67.

Putri dkk. [16] pada tahun 2022, melakukan penelitian berjudul Evaluasi Kepuasan Pengguna Snack Video Memanfaatkan Model *EUCS*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan pengguna dari aplikasi media sosial Snack Video. Pendekatan penelitian ini memanfaatkan kuesioner dimana memperoleh jumlah sebesar 105 responden dan *SmartPLS* sebagai perangkat lunak dalam analisis data responden. Penelitian ini menghasilkan nilai *p-values* pada variabel *content* 0,218, *accuracy* 0,365, *format* 0,123, dan *timeliness* 0,119 yang tidak berpengaruh serta hanya *ease of use* yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,000 dimana tidak melebihi standar penolakan hipotesis sebesar 0,05.

Nurvarahim dkk. [17] pada tahun 2024, melakukan penelitian berjudul Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi TikTok Memanfaatkan Model *EUCS*. Studi tersebut bertujuan dalam Mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi media sosial TikTok dari 5 variabel pada *EUCS* dan menghasilkan informasi yang dapat menjadi bahan pengelolaan serta perbaikan aplikasi media sosial TikTok. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana memperoleh sampel sebesar 103 responden dan *SmartPLS* sebagai perangkat lunak dalam analisis data responden. Penelitian ini ditemukan bahwa terdapat 1 variabel yang berpengaruh secara signifikan, yakni konten. Sedangkan, 4 variabel lainnya, yakni akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, serta ketepatan waktu tidak berpengaruh secara signifikan.

Ninik dkk. [18] pada tahun 2023, melakukan penelitian yang berjudul Evaluasi Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop Aplikasi TikTok Memanfaatkan Model *EUCS*. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan mengukur tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop dan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana memperoleh sampel sebesar 100 responden dan *SmartPLS* sebagai perangkat lunak dalam analisis data responden. Penelitian ini menghasilkan nilai *p-values* pada variabel *content* 0,022, yang berpengaruh serta *accuracy* 0,670, *format* 0,200, *ease of use* 0,975 dan *timeliness* 0,309 yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dikarenakan melebihi standar penerimaan hipotesis sebesar 0,05.

Tabel dibawah ini memuat ikhtisar studi-studi sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Tabel 2.1. Studi Sebelumnya

No.	Peneliti & Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Rafis dkk., 2020 [14]	Mengidentifikasi faktor-faktor yang terlibat secara andil terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok dengan model <i>EUCS</i> , yakni konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu.	Model <i>EUCS</i> , Kuantitatif (Survei Kuesioner, <i>SPSS</i>)	Faktor <i>content</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dan <i>accuracy</i> , <i>format</i> , <i>ease of use</i> , serta <i>timeliness</i> berpengaruh secara signifikan terhadap ketidakpuasan pengguna aplikasi TikTok di Kota Pekanbaru berdasarkan hasil uji hipotesis yang teruji.
2.	Yusroaini dkk., 2024 [15]	Mengetahui kepuasan UMKM yang menggunakan aplikasi media sosial Facebook sebagai <i>social commerce</i> menggunakan model <i>EUCS</i> dan menghasilkan rekomendasi bagi UMKM yang belum memanfaatkan Facebook sebagai <i>social commerce</i> .	Model <i>EUCS</i> , Kuantitatif (Survei Kuesioner, <i>SPSS</i>)	Variabel yang memperoleh nilai negatif yakni, <i>content</i> sebesar 0,658 dan <i>ease of use</i> sebesar 0,580 dimana 2 variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dikarenakan nilai t hitung yang diperoleh tidak melebihi nilai t tabel sebesar 1,67. Sedangkan, 3 variabel lainnya yakni <i>accuracy</i> sebesar 7,798, <i>format</i> sebesar 2,012 dan <i>timeliness</i> sebesar 1,721 secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dikarenakan nilai t hitung melebihi t tabel sebesar 1,67.

No.	Peneliti & Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
3.	Putri dkk., 2022 [16]	Memahami dan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan pengguna dari aplikasi media sosial Snack Video.	Model <i>EUCS</i> , Kuantitatif (Survei Kuesioner, <i>SmartPLS</i>)	Pada aplikasi Snack Video, diperoleh nilai <i>p-values</i> pada variabel <i>content</i> 0,218, <i>accuracy</i> 0,365, <i>format</i> 0,123, dan <i>timeliness</i> 0,119 yang tidak berpengaruh serta hanya <i>ease of use</i> yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,000 dimana tidak melebihi standar penolakan hipotesis sebesar 0,05.
4.	Nurvarahim, 2024 [17]	Mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi media sosial TikTok dari 5 variabel pada <i>EUCS</i> dan menghasilkan informasi yang dapat menjadi bahan pengelolaan serta perbaikan aplikasi media sosial TikTok.	Model <i>EUCS</i> , Kuantitatif (Survei Kuesioner, <i>SmartPLS</i>)	Berdasarkan pengujian hipotesis, ditemukan bahwa terdapat 1 variabel yang berpengaruh secara signifikan, yakni konten. Sedangkan, 4 variabel lainnya, yakni akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, serta ketepatan waktu tidak berpengaruh secara signifikan.
5.	Ninik dkk., 2022 [18]	Mengukur tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop dan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop.	Model <i>EUCS</i> , Kuantitatif (Survei Kuesioner, <i>SmartPLS</i>)	Pada fitur Shop aplikasi media sosial TikTok, diperoleh nilai <i>p-values</i> pada variabel <i>content</i> 0,022, yang berpengaruh serta <i>accuracy</i> 0,670, <i>format</i> 0,200, <i>ease of use</i> 0,975 dan <i>timeliness</i> 0,309 yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dikarenakan melebihi standar penerimaan hipotesis sebesar 0,05.

2.2. Dasar Teori

2.2.1. 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. Kepuasan pengguna mencerminkan sejauh mana harapan pengguna sesuai dengan hasil yang diperoleh dari suatu sistem dimana pengguna terlibat dalam pengembangannya. 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 [19].

Ketika pengguna merasa puas, hal tersebut menandakan bahwa pengembangan sistem informasi sebagian besar sudah berhasil. Sistem informasi yang dapat diandalkan dan memberikan pengguna kepuasan adalah tanda dari kualitas yang baik [20]. Kepuasan pengguna dapat dijelaskan sebagai pengukuran secara menyeluruh terhadap pengalaman yang dirasakan ketika menggunakan suatu sistem dan dampak potensialnya terhadap penggunaan sistem tersebut [21]. Menurut penelitian [22], kepuasan pengguna memiliki banyak manfaat bagi suatu bisnis, di antaranya:

1. **Menciptakan dan Meningkatkan Loyalitas Pengguna**
Pengguna yang puas cenderung kembali membeli atau menggunakan produk atau layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain.
2. **Menurunkan Sensitivitas Pengguna Terhadap Harga Produk atau Layanan**
Pengguna yang puas lebih bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk berlangganan terhadap produk atau layanan yang disukai.
3. **Mengurangi Biaya Pemasaran dan Penciptaan Pengguna Baru**
Pengguna yang puas tidak perlu dicari dan diyakinkan lagi untuk menggunakan produk atau layanan.
4. **Mengurangi Biaya Operasi Perusahaan**

Pengguna yang puas jarang mengeluh atau meminta pengembalian dana sehingga menghemat biaya operasi perusahaan.

5. Meningkatkan Efektivitas Iklan

Pengguna yang puas lebih mudah terpengaruh oleh iklan dan lebih cenderung membeli produk yang diiklankan.

6. Meningkatkan Reputasi Bisnis

Pengguna yang puas memberikan nilai yang tinggi dan ulasan positif tentang perusahaan terkait produk atau layanan dimana dapat meningkatkan reputasi dan menarik pengguna baru.

Selain itu juga, terdapat beberapa model atau kerangka kepuasan pengguna yang dapat disimpulkan untuk digunakan dalam mengukur kepuasan pengguna berdasarkan penelitian [23], antara lain:

1. Model Kepuasan Ekspektasi dan Kinerja

Model ini menyatakan bahwa kepuasan pengguna dibentuk oleh perbandingan antara ekspektasi pengguna dan kenyataan yang pengguna rasakan setelah menggunakan produk atau layanan.

2. Model Kepuasan Konfirmasi atau Diskonfirmasi

Model ini menyatakan bahwa kepuasan pengguna dibentuk oleh konfirmasi atau diskonfirmasi ekspektasi pengguna dimana produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan sebelumnya sudah sesuai atau sebaliknya tidak sesuai ekspektasi pengguna sebelum menggunakan produk atau layanan.

3. Model Kepuasan Dengan Hierarki Kebutuhan

Model ini menyatakan bahwa kepuasan pengguna dibentuk berdasarkan pemenuhan kebutuhan pengguna secara hierarkis (primer, sekunder, dan tersier).

Oleh sebab itu, kepuasan pengguna merupakan faktor penting bagi bisnis karena dapat meningkatkan keuntungan dan memperkuat citra perusahaan sehingga penting bagi suatu bisnis untuk memahami dan memenuhi harapan pengguna atau pelanggannya demi mencapai tingkat kepuasan yang tinggi.

2.2.2. Aplikasi Media Sosial X

X sebelumnya dikenal sebagai Twitter sejak Juli 2023, merupakan platform aplikasi media sosial dan jaringan sosial daring dari Amerika Serikat, X Corp sebagai perusahaan yang mengakuisisi Twitter Inc. Dalam aplikasi media sosial X, pengguna yang terdaftar dapat mengirimkan teks, gambar, dan video. Pengguna juga memiliki kemampuan untuk membuat unggahan (*tweet*), memberikan tanda suka (*like*), menyebarkan kembali (*retweet*), memberikan opini, dan unggahan berupa kutipan serta mengirim pesan secara pribadi (*direct message*) kepada pengguna lain yang terdaftar. Interaksi pengguna dengan X dapat dilakukan pada situs, aplikasi, atau melalui antarmuka pemrograman aplikasi (API). Pada 27 Oktober 2022, pengusaha terkenal Elon Musk membeli Twitter dimana sejak pembelian itu, platform tersebut memperoleh kecaman sebab membiarkan konten yang berisi ujaran kebencian meningkat. Pada bulan Juli 2023, Elon Musk mengungkapkan rencananya untuk mengubah nama Twitter menjadi X dan secara bertahap menghapus logo Twitter [24].

Pada permulaan tahun 2022, Elon Musk mulai menyinggung kemungkinan pembelian aplikasi tersebut. Dia menyuarakan keprihatinannya terkait dedikasi perusahaan akan kebebasan berekspresi serta dampak kebijakan moderasi aplikasi terhadap demokrasi [25]. Berita menyebutkan bahwa Elon Musk berencana untuk melakukan transformasi besar-besaran pada pendekatan Twitter terhadap *spambot*, kebijakan moderasi konten yang lebih santai, penyempurnaan layanan, serta mengurangi biaya. Elon Musk juga menyatakan ambisinya untuk mengubah Twitter menjadi "aplikasi serba bisa" mirip dengan WeChat dalam jangka waktu yang lebih panjang [26].

Pada awalnya, Elon Musk berusaha mendapatkan posisi tertinggi di Twitter Inc. seperti mengakuisisi saham perusahaan. Para petinggi perusahaan merancang strategi penghalang untuk menghambat upayanya memperoleh saham yang cukup. Kemudian, Elon Musk secara tidak terduga mengajukan tawaran untuk mengakuisisi Twitter Inc. seharga \$43 miliar. Hal tersebut melalui serangkaian pertentangan dari lingkup hukum suatu bisnis dan pada akhirnya, Elon Musk berhasil melalui proses tersebut pada tanggal 27 Oktober 2022 [25]. Elon Musk mengeluarkan 3 petinggi Twitter dalam waktu singkat.

Sekitar seminggu setelah itu, dia mulai melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap kurang lebih 3.250 karyawan [27].

2.2.3. 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 [28]. *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* [29].

Pada tahun 1988, Model *EUCS* dikembangkan oleh [13], yang melibatkan pengukuran terhadap kepuasan pengguna akhir aplikasi. Doll & Torkzadeh melaksanakan penelitian untuk mengeksplorasi standar pengukuran *EUCS* terkait tingkat kepercayaan pengguna terhadap kemampuan 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 [26].

Doll & Torkzadeh melakukan observasi terhadap indikator-indikator dari studi sebelumnya yang berkaitan dengan evaluasi persepsi pengguna akhir. Pengguna awalnya mengumpulkan 40 instrumen. Sebagai tahap awal, studi pendahuluan dilakukan pada 5 perusahaan yang berbeda. Pengumpulan data mencakup wawancara pribadi dan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin. Penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa hanya 18 instrumen yang dapat diandalkan dalam mengukur kepuasan pengguna akhir terhadap suatu aplikasi [13].

Setelah penyelesaian *pilot study* tersebut, dilaksanakannya studi eksplorasi menyeluruh pada 44 organisasi untuk mengeksplorasi 18 instrumen tersebut. Metode studi ini melibatkan wawancara dengan responden serta penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin dimana poin pertama menandakan ketidaksetujuan

yang sangat kuat dan poin kelima menandakan setuju yang sangat kuat. Responden diminta menanggapi dengan sungguh-sungguh dengan menanggapi poin yang sesuai. Penelitian ini menghasilkan 12 instrumen pertanyaan yang valid dan reliabel dimana terdapat 5 faktor *EUCS* yakni, konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu.

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 [27]. Sebagian penelitian confirmatori terhadap berbagai aplikasi sudah dilaksanakan dalam pengujian 5 faktor dan 12 instrumen pada *EUCS* [29][30]. Penelitian-penelitian tersebut menggunakan analisis faktor confirmatori (*CFA*) untuk memastikan validitas konstruksinya sehingga menghasilkan instrumen yang valid dalam analisis aplikasi dari sisi kepuasan akhir pengguna.

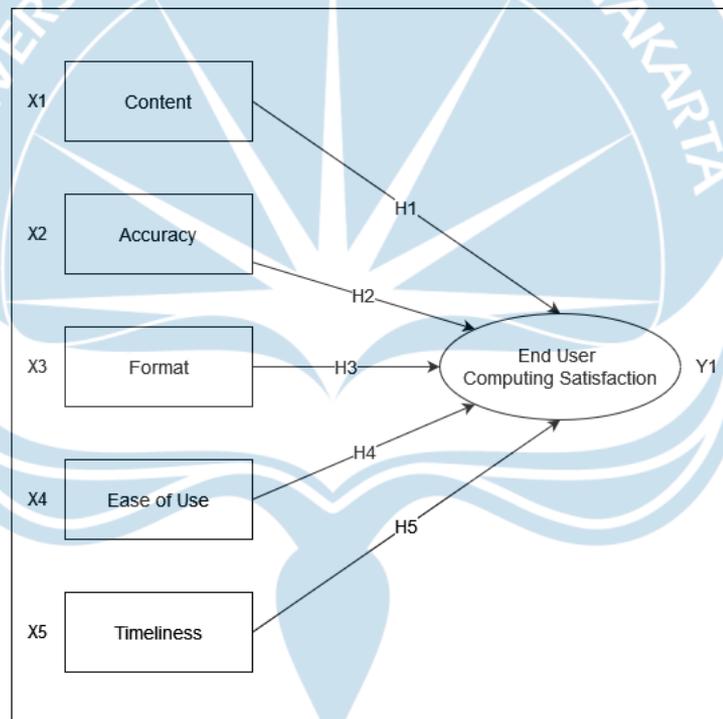
Selain penelitian confirmatori tersebut, dukungan juga diberikan oleh penelitian-penelitian lain dalam pengujian reliabilitas *EUCS*. Uji reliabilitas memiliki tujuan dalam mengevaluasi seberapa konsisten dan stabil indikator yang terdapat pada *EUCS*. Berdasarkan penelitian [31] [32] [33], pengujian reliabilitas melalui penilaian secara berulang pada indikator *EUCS*. Pengujian reliabilitas secara berulang menguji indikator pada sampel yang sama dua kali dan kemudian membandingkan hasilnya untuk mengetahui konsistensinya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan 12 indikator *EUCS* konsisten dan stabil dengan nilai uji yang relatif sama.

Pengukuran menggunakan model *EUCS* menghasilkan 12 instrumen pertanyaan untuk mengevaluasi 5 faktor *EUCS*, yang kemudian direpresentasikan dalam 12 instrumen dalam pengukuran kepuasan pengguna. 12 indikator ini dapat dijadikan sebagai dasar indikator penelitian untuk dinilai pengguna aplikasi. Studi yang disebutkan juga melibatkan pertanyaan lain dalam menilai kepuasan pengguna dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

2.3. Model dan Hipotesis Penelitian

2.3.1. Model Penelitian

Model yang digunakan pada penelitian ini adalah *EUCS*, model yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh bertujuan dalam menganalisis kepuasan pengguna akhir aplikasi media sosial *X rebranding* Twitter. Doll dan Torkzadeh sudah mengidentifikasi 5 faktor utama, yakni konten, akurasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu [30]. Peneliti akan mengadopsi 11 dari 12 instrumen sesuai yang sudah diusulkan dalam model penelitian *EUCS* tersebut sebagai variabel pengukuran. Selain itu, terdapat beberapa instrumen tambahan dari studi dan penelitian terdahulu yang relevan akan diadopsi oleh peneliti.



Gambar 2.1. Model Penelitian

5 variabel atau faktor utama diatas 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 [31].

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 [30].

3) *Format*

Variabel format merupakan variabel pengukur kepuasan pengguna suatu aplikasi dari aspek desain antarmuka pengguna dengan halaman aplikasi. Penelitian oleh Bailey dan Pearson [59] mendefinisikan variabel format adalah komponen desain berupa tata letak dan tampilan yang ditampilkan oleh sistem didalam suatu aplikasi. Pengukuran variabel format dilaksanakan untuk melihat apakah aspek antarmuka sistem sudah dirasa menarik dan apakah tata letak yang tersusun mampu dalam memudahkan penggunaan aplikasi oleh pengguna aplikasi [32].

4) *Ease of Use*

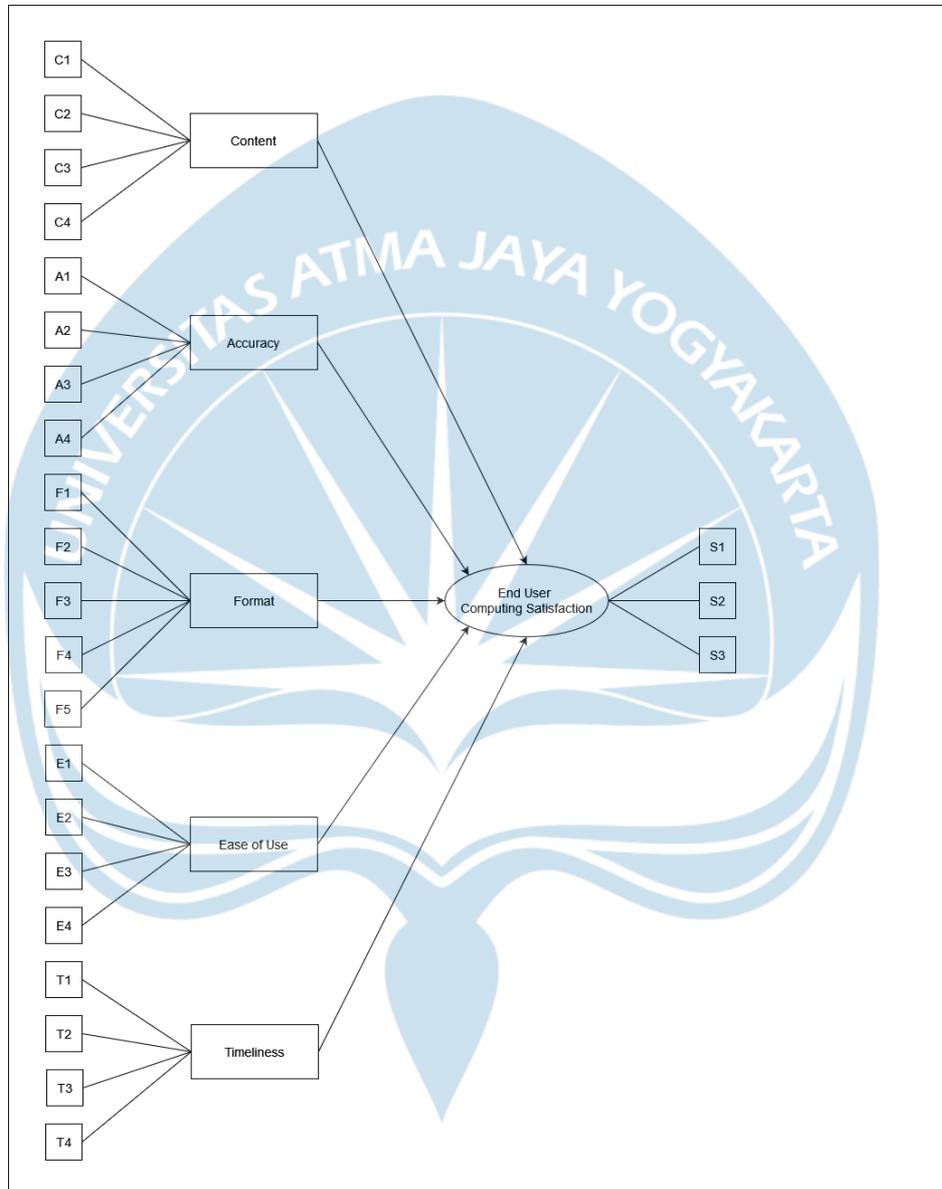
Faktor *ease of use* dinilai dari tingkat kepuasan pengguna melalui perspektif kemudahan penggunaan atau kegunaan pengguna dalam sistem suatu aplikasi seperti proses memasukkan data dan pengelolaan data serta pencarian informasi yang dibutuhkan maupun diinginkan pengguna [30].

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 [32] [31].

Model penelitian *EUCS* sebagian besar sudah diterapkan dalam berbagai studi dan penelitian terdahulu dalam meneliti kepuasan pengguna akhir suatu aplikasi media sosial seperti menganalisis kepuasan pengguna aplikasi media sosial berbentuk video pendek seperti aplikasi TikTok [14] [17] dan aplikasi Snack Video [16] serta menganalisis

kepuasan pengguna salah satu fitur pada aplikasi media sosial TikTok, yakni *TikTok Shop* [18] dan juga menganalisis tingkat kepuasan aplikasi media sosial Facebook [15]. Dengan merujuk kepada berbagai studi dan penelitian yang mengadopsi model penelitian *EUCS*, penelitian dilaksanakan berdasarkan model *EUCS* yang diilustrasikan sebagai berikut.



Gambar 2.2. Model dan Instrumen Penelitian

Penelitian dilaksanakan berdasarkan model penelitian *EUCS* sebelumnya yang dilakukan oleh Doll & Torkzadeh [30] dengan beberapa penyesuaian pada model dan instrumen penelitian yang tergambar pada gambar 2.2. di atas dimana terdapat 24 instrumen yang akan digunakan untuk menganalisis kepuasan pengguna akhir aplikasi media sosial X *rebranding* dari Twitter.

2.3.2. Hipotesis Penelitian

Penyusunan hipotesis penelitian berikut ini berdasarkan pada variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dengan model *EUCS* sebagai kerangka yang diadopsi dalam penelitian ini. Variabel-variabel tingkat kepuasan pengguna dari faktor-faktor yang terdapat pada model *EUCS* terdiri dari, yakni *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. Variabel-variabel model *EUCS* tersebut akan menjadi variabel pengukur yang akan dihubungkan dengan variabel yang diukur pada penelitian ini, yakni *user satisfaction* (kepuasan pengguna) sebagai kerangka pemikiran penelitian untuk digunakan sebagai dugaan awal penelitian dalam menjadi acuan pengukuran hasil hipotesis di akhir penelitian dimana hubungan atau relasi antara variabel pengukur terhadap variabel yang diukur memiliki korelasi yang positif secara signifikan dan parsial. Merujuk penelitian terkait pengembangan awal model *EUCS* [30], penelitian ini akan sedikit memodifikasi instrumen atau indikator yang digunakan dimana menetapkan 5 variabel dan 24 instrumen yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi media sosial X *rebranding* Twitter.

24 instrumen yang digunakan sebanyak 11 dari 12 instrumen pada penelitian pengembangan awal model *EUCS* oleh Doll dan Torkzadeh [30] dan 13 instrumen lainnya diadopsi dari studi-studi dan penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait. 13 instrumen di luar model *EUCS* diadopsi dan kemudian dimodifikasi pada penelitian ini berdasarkan sumber-sumber dari [12], [33], [34], [35], dan [36]. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh [37], penelitian tersebut menyatakan bahwa membutuhkan 3 atau lebih instrumen atau indikator pada setiap variabel atau faktor dalam pengukuran suatu penelitian. Oleh sebab itu, pada penelitian ini memiliki 4 instrumen untuk variabel *content*, *accuracy*, *ease of use*, dan *timeliness*. Sedangkan, instrumen untuk variabel *format* sebanyak 5 instrumen dan variabel *user satisfaction* (kepuasan pengguna) sebanyak 3 instrumen dalam membuktikan hipotesis awal.

Berdasarkan instrumen atau indikator yang ditetapkan pada penelitian ini, variabel bebas atau independen pada penelitian ini adalah 5 variabel atau faktor, yakni *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. Sedangkan, variabel terikat atau dependen pada penelitian ini adalah *user satisfaction* (kepuasan pengguna). Dibawah

ini merupakan daftar hipotesis berdasarkan studi dan penelitian sebelumnya yang terkait.

a. Relasi *Content* dan *User Satisfaction*

Merujuk pada studi dan penelitian sebelumnya [14], [20], [34], [38], [39], dan [40], memperoleh hasil bahwa terdapat relasi yang signifikan pada variabel konten dengan kepuasan pengguna akhir aplikasi. Temuan serupa lainnya pada studi dan penelitian [33], menegaskan bahwa terdapat relasi yang signifikan antara variabel konten terhadap kepuasan pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Namun, studi dan penelitian oleh [12] menunjukkan hasil yang bertentangan, bahwa variabel konten tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Oleh sebab itu, berdasarkan model *EUCS* dan temuan beberapa studi serta penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat dirumuskan, yakni:

H1 : Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Content* terhadap *User Satisfaction*

b. Relasi *Accuracy* dan *User Satisfaction*

Berdasarkan analisis dari 8 studi dan penelitian sebelumnya oleh [20], [12], [34], [40], [41], dan [42] sebagian besar menunjukkan hasil positif bahwa variabel keakuratan memiliki relasi yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan pada penelitian [14] dan [33], memperoleh hasil negatif dan hipotesis ditolak dimana keakuratan sistem tidak memiliki relasi dengan pengguna akhir sistem. Dengan demikian, berdasarkan temuan dari studi-studi dan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan, yakni:

H2 : Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Accuracy* terhadap *User Satisfaction*

c. Relasi *Format* dan *User Satisfaction*

Berdasarkan 8 studi dan penelitian sebelumnya yang sudah dilaksanakan [14], [20], [33], [12], [34], [28], [40], dan [41], memperoleh 6 hasil hipotesis yang berpengaruh bahwa variabel tampilan memiliki relasi yang signifikan terhadap kepuasan pengguna akhir aplikasi. Sementara itu, 2 studi dan penelitian dari [14] dan [33] menemukan hasil hipotesis berbeda, ditemukan bahwa variabel tampilan tidak memiliki relasi yang

signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan model *EUCS* dan sumber penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat dirumuskan, yakni:

H3 : Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Format* terhadap *User Satisfaction*

d. Relasi *Ease of Use* dan *User Satisfaction*

Penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilaksanakan oleh [43], [44], [45], [46], [47], [38], [28], dan [40], yang sudah melaksanakan pengujian terhadap korelasi antara variabel kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna akhir sistem. 8 studi tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara signifikan berhubungan dengan kepuasan pengguna akhir sistem. Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan, yakni:

H4 : Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Ease of Use* terhadap *User Satisfaction*

e. Relasi *Timeliness* dan *User Satisfaction*

Pada penelitian terdahulu, penelitian-penelitian yang dilaksanakan oleh [14], [20], [33], [12], [34], [38], [28], dan [40] menunjukkan hasil yang berbeda-beda, bahwa *timeliness* memiliki relasi yang signifikan terhadap kepuasan pengguna pada penelitian [20], [12], [34], [38], [28], dan [40]. Sedangkan, 2 studi pada [14] dan [33], menunjukkan hasil sebaliknya bahwa variabel ketepatan waktu tidak memiliki hubungan dengan kepuasan pengguna akhir sistem. Merujuk pada temuan studi dan penelitian sebelumnya yang sudah diuraikan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan, yakni:

H5 : Terdapat relasi positif dan berpengaruh signifikan *Timeliness* terhadap *User Satisfaction*