ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI GOFOOD BERDASARKAN DIMENSI EUCS (END USER COMPUTING SATISFACTION)

Lulu Amallia[1], Dudi Awaludin [2], M. Wahdin[3]
[1,2,3]Program Studi Sistem Informasi, STMIK ROSMA
Karawang, Indonesia
Email penulis: lulu.amallia@mhs.rosma.ac.id

ABSTRAK

GoFood merupakan layanan pesan-antar makanan daring yang disediakan oleh aplikasi Gojek. Dalam beberapa tahun terakhir, GoFood mengalami penurunan pangsa pasar, sehingga penting untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna sebagai salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna GoFood dengan menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS), yang menilai lima variabel utama: content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness. Penelitian dilakukan terhadap responden pengguna aplikasi GoFood Di Karawang , yang merupakan representasi dari pengguna aktif layanan pesan-antar makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel content, format, ease of use, dan timeliness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan variabel accuracy tidak memberikan pengaruh signifikan dan perlu ditingkatkan. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi pengelola GoFood untuk terus meningkatkan kualitas layanan, khususnya pada aspek akurasi, guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna.

Kata Kunci : GoFood, kepuasan pengguna, EUCS, content, accuracy, format, ease of use, timeliness

ABSTRACT

GoFood is an online food delivery service provided by the Gojek application. In recent years, GoFood has experienced a decline in market share, so it is important to know the level of user satisfaction as one of the factors that influences customer loyalty. This study aims to analyze GoFood user satisfaction using the End User Computing Satisfaction (EUCS) method, which assesses five main variables: content, accuracy, format, ease of use, and timeliness. The study was conducted on respondents who were GoFood application users in Karawang, which is a representation of active users of food delivery services. The results of the study

indicate that the variables content, format, ease of use, and timeliness have a significant effect on user satisfaction, while the accuracy variable does not have a significant effect and needs to be improved. These findings provide recommendations for GoFood managers to continue to improve service quality, especially in terms of accuracy, in order to maintain and increase user satisfaction and loyalty.

***Keywords**: GoFood, user satisfaction, EUCS, content, accuracy, format, ease of use, timeliness*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Perkembangan ini telah membawa dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, kuliner, sosial, dan budaya.

Teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Penggunaan smartphone, internet, dan aplikasi telah menjadi sangat umum. Menurut data dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 200 juta orang pada tahun 2022.

Perkembangan teknologi berdampak pada semua aspek kehidupan tidak terkecuali pada dunia kuliner. Kuliner nusantara merupakan kuliner tradisional yang di mana kekayaan budaya sebuah negara yang tidak dimiliki oleh negara-negara lain dan dengan kehadiran *platform yang* meyediakan layanan pesan makanan online seperti *GoFood,* tentunya kuliner di Indonesia semakin berkembang dengan adanya perkembangan pada teknologi saat ini.

GoFood menjadi salah satu pelopor dan pemain dominan dalam layanan pesan-antar makanan di Indonesia. Aplikasi ini merupakan bagian dari platform Gojek yang sudah memiliki jutaan pengguna di seluruh Indonesia. GoFood tidak hanya menawarkan kemudahan dalam memesan makanan, tetapi juga memberikan berbagai fitur tambahan seperti promosi harga, ulasan pelanggan, dan sistem pembayaran digital yang memudahkan transaksi. Popularitasnya terus meningkat seiring dengan berkembangnya kebiasaan masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Di Karawang, penggunaan GoFood dapat dengan mudah diamati dalam keseharian. Kota yang dikenal sebagai salah satu kawasan industri terbesar di Indonesia ini mengalami pertumbuhan jumlah penduduk yang cukup signifikan, seiring dengan masuknya tenaga kerja dari berbagai daerah. Dengan mobilitas masyarakat yang tinggi dan waktu yang terbatas,

aplikasi seperti GoFood menjadi pilihan yang masuk akal. Penggunaannya pun merambah berbagai kalangan, mulai dari pekerja kantoran, mahasiswa, ibu rumah tangga, hingga pelaku UMKM yang memanfaatkan layanan ini untuk menjual produk mereka.

Namun, di tengah peningkatan penggunaan tersebut, muncul pertanyaan kritis: apakah pengguna benar-benar merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh GoFood? Apakah kemudahan dan fitur yang disediakan telah benar-benar menjawab kebutuhan mereka, atau justru masih banyak kekurangan yang belum ditangani? Pengamatan awal menunjukkan bahwa pengalaman pengguna terhadap GoFood cukup beragam. Sebagian besar pengguna mengaku puas dengan layanan yang diberikan, tetapi tidak sedikit pula yang menyampaikan keluhan, mulai dari keterlambatan pengantaran, kesalahan pesanan, hingga tampilan antarmuka aplikasi yang membingungkan.

Pengalaman yang beragam ini mengindikasikan adanya perbedaan persepsi dan tingkat kepuasan antar pengguna. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, diperlukan suatu pendekatan teoritis yang dapat mengukur kepuasan pengguna secara sistematis. Salah satu model yang dapat digunakan adalah *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh pada tahun 1988. Model ini telah banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dalam konteks sistem informasi dan aplikasi digital.

Namun untuk subjek peneliti dengan berbasis sebuah Aplikasi bernama *GoFood* di era yang bisa dikatakan pengguna media sosial sedang meningkat membuat peneliti tertarik. Maka berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk lebih lanjut tentang Analisis pemasaran para pelaku UMKM pada sebuah aplikasi dengan judul *"Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi GoFood Berdasarkan Kualitas Layanan".*

Materi dan Metode

Materi

End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna suatu sistem aplikasi dengan membangingkan antara harapan dan kenyataan dari sebuah sistem informasi (Pratama, Kom, Kom, Yadi, & Kom, n.d.) Menurut Chin & Lee dalam (Suzanto & Sidharta, 2015)

End user Computing Satisfaction merupakan evaluasi secara keseluruhan atas sistem informasi yang digunakan oleh pengguna sistem informasi sehubungan dengan pengalaman penggunaan sistem informasi tersebut. Menurut (Lapan et al., 2011).

End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna suatu sistem informasi dengan membandingkan antara harapan dan

kenyataan. Definisi End User Computing Satisfaction dari sebuah sistem informasi adalah evaluasi secara keseluruhan dari para pengguna sistem informasi yang berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan sistem tersebut.Model evaluasi EUCS ini dikembangkan olehDoll & Torkzadeh, (1988).

Berikut adalah penjelasan dari tiap dimensi yang diukur dengan metode *End User Computing Satisfaction* menurut (Chin & Lee, 1999):

1. Dimensi *Content*

Dimensi *content* mengukurkepuasan pengguna ditinjau dari sisi isi dari suatu sistem. Isi dari sistem biasanya berupa fungsi dan modul yang dapat digunakan oleh pengguna sistem dan juga informasi yang dihasilkan oleh sistem. Dimensi *content* juga mengukur apakah sistem menghasilkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Semakin lengkap modul dan informative sistem maka tingkat kepuasan dari pengguna akan semakin tinggi.

2. Dimensi *Accuracy*

Dimensi *Accuracy* mengukur kepuasan pengguna dari sisi keakuratan data ketika sistem menerima input kemudian mengolah menjadi informasi. Keakuratan sistem diukur dengan melihat seberapa sering sistem menghasilkan output yang salah ketika mengolah input dari pengguna, selain itu dapat dilihat pula seberapa sering terjadi error atau kesalahan dalam proses pengolahan data.

3. Dimensi *Format*

Dimensi *format* mengukur kepuasan pengguna dari sisi tamplan dan estetika dari antarmuka sistem, format dari laporan atau informasi yang dihasilkan oleh sistem apakah antarmuka dari sistem itu menarik dan apakah tampilan dari sistem memudahkan pengguna ketika menggunakan sistem sehingga secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap tingkat efektifitas dari pengguna.

4. Dimensi *Ease of Use*

Dimensi *Ease of Use* mengukur kepuasan pengguna dari sisi kemudah pengguna atau user friendly dalam menggunakan sistem seperti proses memasukan data, mengolah data dan mencari informasi yang dibutuhkan.

5. Dimensi *Timeliness*

Dimensi *Timeliness* mengukur kepuasan pengguna dari sisi ketepatan waktu sistem dalam meyajikan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Sistem yang tepat waktu dapat dikategorikan sebagai sistem *real-time*,

E-ISSN : 2809-7165

berarti setiap permintaan atau *input* yang dilakukan oleh pengguna akan langsung diproses dan *output* akan ditampilkan secara cepat tanpa harus menunggu lama.

1. Uji Validitas

   Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk digunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

2. Uji Reliabilitas

   Uji Reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian sudah dikatakan reliabel atau tidak. Dewi & Sudaryanto (2020) pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach.

Metode

Pada penelitian ini menggunakan mrtode penelitian kuantitatif dengan model *EUCS* dan Pendektan PLSM yang memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap responden.

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/ subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah warga Jabodetabek yang menjadi pengguna layanan dan fitur aplikasi GoFood.

b. Sampel

Sampel merupakan representasi dari karakteristik yang ada didalam populasi (Sugiyono, 2016: 120). Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan metode *purposive sampling,* dimana pertimbangan yang digunakan dalalm teknik ini bisa bermacam-macam sesuai kebutuhan penelitian. Pengambilan sampel dengan metode ini memiliki tujuan yang baik karena dilakukan dengan pertimbangan peneliti sehingga dapat mewakili populasi. Pada penelitian ini, sampel akan diambil secara acak dari populasi. Untuk menghitung jumlah sampel minimal, gunakan rumus Lemeshow [10]:

$$n = \frac{z^2\, p\, (1-p)}{d^2}$$

E-ISSN : 2809-7165

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = nilai standar = 1,96

p = estimasi maksimum = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) / sample error = 10%

Berdasarkan rumus di atas, perhitungan berikut diperoleh:

$$n\frac{1.96^2.0.5(1-0.5)}{0.1^2}$$

$$n\frac{0.9604}{0.01}$$

Hasil perhitungan di atas menghasilkan jumlah sampel minimum 96,04 yang dibulatkan menjadi 96 sampel.

Hasil dan Pembahasan

GoFood merupakan layanan pesan antar online di aplikasi *Gojek*. Mitra Usaha yang sudah terdaftar layanan *GoFood* akan menerima pesanan dan berkesempatan untuk meningkatkan penjualan dengan memperluas jangkauan usaha ke pengguna aplikasi Gojek.

Melalui layanan *GoFood*, Anda juga dapat meningkatkan jumlah pesanan dengan cara menampilkan foto banner yang menarik, selalu update foto menu makanan, dan mengatur ketersediaan menu. Selain itu, Anda juga bisa mengelola usaha di *GoFood* dengan optimal, seperti mengatur jam operasional dan status buka/tutup restoran.

a. Deskripsi layanan Go-Food

Pada awal April 2015, *GoFood* mulai diperkenalkan kepada masyarakat luas. Awalnya pun pemesanan hanya bisa dilakukan secara tunai dan Go-Jek Kredit, yang menjadi cikal bakal GoPay. Selain itu, pihak yang mau bekerja sama dengan layanan ini hanya berjumlah 5 hingga 10 ribu restoran saja yang berada di Jakarta, Bandung dan Bali.

Awal dibukanya *GoFood* juga tidak ada pendaftaran secara resmi seperti saat ini. Bahkan, pihak Gojek sendiri yang memasukkan menu restoran kepada pilihan makanan yang disediakan di *GoFood*. Namun seiring perkembangannya,

E-ISSN : 2809-7165

barulah Gojek mendekati restoran untuk meminta mendaftarkan secara resmi kepada *GoFood.*

Setelah lima tahun berjalan, *GoFood* terus meningkatkan layanannya untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan penggunanya tetapi juga memberdayakan dan meningkatkan berbagai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di seluruh Indonesia. Bahkan, hingga akhir 2019 lalu, *GoFood* telah bekerja sama dengan 500 ribu mitra pedagang (merchant) di mana 96 persennya adalah UMKM dengan transaksi mencapai Rp50 juta per bulannya. Dengan data tersebut tak heran jika *GoFood* disebut telah menguasai 75 persen layanan pengantaran makanan di Indonesia

b. Uji Internal Composite Reliability (CR)

Tabel 4. 1 Composite Reliability

	Composite Reliability (rho_c)
VARIABEL AC 1	0.872
VARIABEL EUS1	0.908
VARIABEL EoU 1	0.912
VARIABEL TL1	0.885
VARIABEL C1	0.903
VARIABEL F1	0.956

Menurut Chin&Dibbern (2010) mengatakan bahwa suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai relibilitas yang tinggi apabila nilai *Composite Reliability* (CR) > 0.7. Berdasarkan data pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini memiliki hasil pengujian *Composite Reliability* sudah > 0.7 dan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi. Maka dari itu hal ini dapat membuktikan bahwa seluruh variabel penelitian ini sudah memiliki syarat yang valid untuk digunakan sebagai penelitian.

c. Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 4. 2 Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
VARIABEL AC 1	0.630
VARIABEL EUS1	0.667
VARIABEL EoU 1	0.675
VARIABEL TL1	0.673
VARIABEL C1	0.656
VARIABEL F1	0.845

Menurut Chin&Dibbern (2010) *Average Variance Extracted* memiliki nilai > 0.5 maka dari itu dapat dikatakan memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang baik. Hasil dari uji *Average Variance Extracted* (AVE) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 yang dimana hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE) memiliki nilai > 0.5. Maka dari itu dapat disimpulkam bahwa model penelitian ini memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

Berdasarkan hasil dari uji *Composite Reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE), maka dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini memenuhi syarat penelitian.

Hasil Analisis

Hasil Analisis Struktur Model (*Inner Model*)

Pada analisis ini dilakukan dengan menguji pada nilai *R Squares* (R^2), *Effect Size* (f^2), *Path Coefficient* (β), *Predictive Relevance* (Q^2) dan *Relativ Impact* (q^2) dengan metode blindfolding, dan T-*Test* dengan metode *bootstrapping*. Berikut hasil dari analisis struktur model (*inner model*).

1. *R Squares* (R^2)

R Squares atau koefisien determinasi (R^2) yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable laten eksogen memengaruhi variable laten endogen. Nilai R^2 0.67 baik atau akurat, 0.33 moderat dan dibawah 0.19 lemah. Jika nilai > 0.7 dapat dikategorikan kuat.

Tabel 4. 3 Hasil Pengujian R Squares

	R-square	Keterangan

variabel AC	0.562	Moderat
variabel EUS	0.765	Kuat
variabel EoU	0.825	Kuat
variabel F	0.548	Moderat
variabel TL	0.831	Kuat

Berdasarkan tabael 4.8 dapat diketahui bahwa nilai R^2 dari variabel *Time Lines* yaitu 0.831 (kuat), *Ease of* use 0.825 (kuat) dan *End user satisfaction* yaitu 0.765 (kuat). Kemudian nilai R^2 dari variable *Accuracy* dan Format yaitu moderat,

2. *Effect Size* (f^2)

Nilai ini memprediksi bahwa pengaruh sebuah variable dengan variable lainnya dengan nilai 0.02 berpengaruj keci, 0.15 berpengaruh menengah dan 0.35 berpengaruh besar. Hasil dari pengujian *Effect Size* (f^2) dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Effect Size (f2)

	f-square
variabel AC -> variabel EUS	0.005
variabel AC -> variabel F	1.211
variabel C -> variabel AC	1.282
variabel C -> variabel EUS	0.016
variabel EoU -> variabel EUS	0.188
variabel EoU -> variabel TL	4.931
variabel F -> variabel EoU	4.721
variabel F -> variabel EUS	0.005
variabel TL -> variabel EUS	0.000

Berdasarkan hasil pengujian dari *effect size* (f^2) pada tabel 4.9 diketahui tedapat lima variable yang memiliki nilai *effect size* besar dan kemudian keempat variable termasuk kedalam kategori menengah.

3. *Predictive Relevance* (Q^2)

Nilai Q^2 dapat dilihat dengan cara metode *blindfolding* untuk memperlihatkan bukti bahwa nilai yang diobservasi telah direkontruksikan dengan baik serta model mempunyai relevansi prediktif (keterkaitan). Model mempunyai relevansi prediktif (keterkaitan) apabila nilai $Q^2>0$, jika model mempunyai $Q^2< 0$ maka model ini tidak mempunyai keterkaitan. Pada tabel 4.10 memperlihatkan bahwa seluruh variable telah memiliki keterkaitan.

Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Predictive Relevance (Q2)

	Q^2predict
variabel AC	0.542
variabel EUS	0.484
variabel EoU	0.530
variabel F	0.546
variabel TL	0.451

4. *Path Coefficient* (*β*)

Uji *Path Coefficient* (*β*) imni untuk melihat apakah jalur *Path Coefficient* (*β*) sudah mempunyari pengaruh pada model dengan syarat minimal 0.1 agar dapat dikatakan mempunyai pengaruh (*signifikan*) dalam model. Pengujian dapat dilihat pada tabel 4.11 dapat mengetahui dari 8 variabel yang memiliki hubungan yang signifikan.

Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Path Coefficient

	Original sample (O)
variabel AC -> variabel EUS	0.059

variabel AC -> variabel F	0.740
variabel C -> variabel AC	0.749
variabel C -> variabel EUS	0.110
variabel EoU -> variabel EUS	0.632
variabel EoU -> variabel TL	0.912
variabel F -> variabel EoU	0.908
variabel F -> variabel EUS	0.092
variabel TL -> variabel EUS	0.024

5. T-*Test*

Nilai T-test ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan prosedur *bootstrapping* melalui uji *two-tailed* menggunakan tingkat signifikan 5% dan syarat hipotesis penelitian akan diterima jika memiliki *T-test* 1.96. pada tabel 4.12 terdapat pengujian t-test yang menunjukan bahwa terdapat 5 variabel yanf memenuhi syarat pengujian *t-test* dan empat variable tidak memenuhi syarat pengujian.

Tabel 4. 7 Hasil Pengujian T-Test

	T statistics (|O/STDEV|)
variabel AC -> variabel EUS	0.715
variabel AC -> variabel F	17.631

variabel C -> variabel AC	18.229
variabel C -> variabel EUS	1.178
variabel EoU -> variabel EUS	3.247
variabel EoU -> variabel TL	45.155
variabel F -> variabel EoU	47.863
variabel F -> variabel EUS	0.552
variabel TL -> variabel EUS	0.161

Interprestasi Hasil Analisis pengukuran Model

Berdasarkan hasil analisis pengukuran model pada penelitian ini memiliki tingkat reliabilitasa dan validitas yang baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat *outer loading* memiliki nilai diatas 0.7 dan nilai *average variance extracrted* (AVE) memiliki nilai diatas 0.5. Pada analisis pengukuran model ini sudah layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis model structural (*inner model*).

1. Interpretasi Hasil Analisis Data Struktural Model (*Inner Model*)

Hasil pengujian analisis model structural (*inner model*) terdiri dari enam tahap yaitu pengujian *R Squares* (R^2), *Path Coefficient* (*β*), *Effect Size* (f^2), *Predictive Relevance* (Q^2) dengan metode *bootstrapping*. Berdasarkan hasil analisis pengukuran structural (*inner model*), dengan pengujian *T-test* dapat diketahui bahwa variable *accuracy* tidak berpengaruh secara signigfikamn terhadap *End User Satisfaction* artinya AC berpengaruh terhadap EUS. Tetapi pada penilaian *Path Coefficient* (*β*) variable AC-EUS memiliki nilai yang tidak signifikan pada model penelitian. *Effect Size* (f^2) dengan nilai 0.005 yang kurang memiliki pengaruh, dan pada *R Squares* (R^2) memiliki nilai 0.542 dan 0.484 yang variable tersebut memiliki keterkaitan.

Berdasarkan hasil pengujian *T-test* diketahui bahwa *Accuracy* memiliki pengaruh secara signifikan pada model penelitian atau variable dapat diterima. Artinya AC berpengaruh tehadap F. *Path Coefficient* (*β*) AC-F memiliki pengaruh yang signifikan didalam model penelitian. Kemudian dengan AC-F memiliki nilai *Effect Size* (f^2) dengan nilai 1.211 yang mana termasuk ke dalam kategori menengah. Sedangkan pengujian *R Squares* (R^2) memiliki nilai 0.562 dan 0.548 yang mana menunjukan bahwa variable ini memiliki pengaruh yang signifikan.

Hasil structural dari pengujian *T-test* dapat diketahui bahwa variable *Content* memiliki pengaruh terhadap variabel *Accuracy*. Berdasarkan *Path Coefficient* (*β*) C-AC memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai yang dihasilkan lebih dari 0.70. sedangkan pengujian *Effect Size* (f^2) memiliki nilai 1.282 memiliki pengaruh besar dan *R Squares* (R^2) memiliki nilai 0.562 yang mana bahwa variabel tersebut sedikit berkaitan.

Berdasarkan hasil analisis structural (*inner model*) dengan pengujian *T-test* terdapat variabel *content* sedikit memiliki pengaruh terhadap variabel *End User Satisfaction*. *Path Coefficient* (*β*) pada variabel C-EUS memiliki pengaruh yang signifikan. Sedangkan hasil uji *Effect Size* (f^2) memiliki nilai 0.016 yang dimana memiliki pengaruh menengah dan *R Squares* (R^2) memiliki nilai 0.562 yang mana hasil uji tersebt memiliki keterkaitan.

Hasil dari pengujian *T-test* pada variabel *Euse Of Use* sedikit memiliki pengaruh terhadap variabel *End User Satisfaction*. Pengujian *Path Coefficient* (*β*) pada kedua variabel EoU-EUS memiliki nilai 0.632 yang mana dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan hasil uji *Effect Size* (f^2) memiliki nilai 0.188 termasuk kedalam kategori menengah.

Variabel *Ease Of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Timelines* dapat dilihat pada uji *T-test* dengan nilai 45.155 yang mana hipotesis dapat diterima. Pada pengujian *Path Coefficient* (*β*) memiliki nilai 0.912 maka dari itu kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan dan hasil uji *Effect Size* (f^2) memiliki nilai 4.931 maka dari itu variabel dapat dikatakan berpengaruh besar.

Variabel format memiliki keterkaitan dengan variabel *Ease Of Use* hal tersebut terbukti pada uji *T-test* yang memiliki nilai 47.863. Pada uji *Path Coefficient* (*β*) memiliki nilai 0.978 maka dapat dikatakan memliki nilai yang berpengaruh dan

signifikan. Pengujian *Effect Size* (f^2) pada kedua variabel ini memiliki nilai 4.721 maka dari itu variabel dapat dikatakan memiliki pengaruh besar.

Variabel Format dan *End User Satisfaction* tidak memiliki ketrkaitan yang signifikan karena hasil pengujian memiliki nilai yang kurang dari hasil pengujian. Pada pengujian *T-tes* memiliki nilai 0.552 dan pengujian *Path Coefficient* (β) memiliki nilai 0.092 dan pengujian *Effect Size* (f^2) memiliki nilai 0.005 maka dapat dikatakan kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang kecil.

Variabel *Timelines* tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel *End User Satisfaction* karena pada pengujian *T-test* memiliki nilai 0.161 dan pengujian *Path Coefficient* (β) memiliki nilai 0.024 dan pengujian *Effect Size* (f^2) memiliki nilai 0.000 yang mana nilai tersebut menunjukan bahwa kedua variabel itu hanya berpengaruh kecil.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian analisis model struktural (inner model) yang melibatkan variabel *Content*, *Accuracy*, *Ease of Use*, *Format*, *Timeliness*, dan *End User Satisfaction*, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. **Accuracy** tidak berpengaruh signifikan langsung terhadap *End User Satisfaction* (EUS), meskipun secara model terdapat sedikit hubungan. Namun, **Accuracy berpengaruh signifikan terhadap variabel lain**, yakni *Format* (F), dengan *Effect Size* kategori menengah ($f^2 = 1.211$) dan R^2 yang cukup baik (0.562 dan 0.548).
2. **Content** berpengaruh signifikan terhadap *Accuracy* ($\beta > 0.70$, $f^2 = 1.282$, $R^2 = 0.562$), tetapi pengaruhnya terhadap *End User Satisfaction* relatif kecil meskipun signifikan secara statistik ($f^2 = 0.016$).
3. **Ease of Use** berpengaruh signifikan terhadap *End User Satisfaction* ($\beta = 0.632$, $f^2 = 0.188$) dan juga sangat kuat terhadap *Timeliness* ($\beta = 0.912$, $f^2 = 4.931$), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi persepsi ketepatan waktu.
4. **Format** sangat berpengaruh terhadap *Ease of Use* ($\beta = 0.978$, $f^2 = 4.721$), namun tidak berpengaruh signifikan terhadap *End User Satisfaction* ($\beta = 0.092$, $f^2 = 0.005$), yang menunjukkan bahwa meskipun format

meningkatkan kemudahan penggunaan, dampaknya terhadap kepuasan akhir pengguna tidak langsung terasa.

5. **Timeliness** tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *End User Satisfaction* (β = 0.024, f^2 = 0.000), menunjukkan bahwa ketepatan waktu informasi tidak menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pengguna akhir dalam konteks penelitian ini

Daftar Pustaka

J. G. Pratama, S. Kom, M. Kom, and I. Z. Yadi, "ANALISA SISTEM INFORMASI ENTRI KRS ONLINE PADA UNIVERSITAS BINA DARMA DENGAN MENGGUNAKAN METODE END-USER COMPUTING (EUC) SATISFACTION".

Chin, W., & Lee, M. (1999). Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Squares. Statistical Strategis for Small Sample Research, 3(5), 307–341.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Moleong Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Chin, W. W., & Dibbern, J. (2010). An Introduction to a Permutation Based Procedure for Multi-Group PLS Analysis: Results of Tests of Differences on Simulated Data and a Cross Cultural Analysis of the Sourcing of Information System Services Between Germany and the USA. In V. E. Vinzi, W. W.

Chin, J. Henseler, & H. Wang (Eds.), Handbook of Partial Least Squares Concepts, Methods and Applications (pp. 171-194). Berlin: Springer.

Y. R. Suci, S. Tinggi, and I. Ekonomi, "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia," *J. Ilm. Fak. Ekon.*, pp. 377–386, 2017.