

Analisis Kepuasan Pengguna Media Sosial Pembelian Produk Tukukebaya.Id Dengan Metode UTAUT

Ananda Wahyu Aji¹, Ika Romadoni Yunita², Gustin Setyaningsih³,
Muhamad Awiet Wiedanto Prasetyo⁴

^{1,2,3}Prodi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Purwokerto

⁴Prodi Sistem Informasi, Fakultas Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

email: ¹wahyuajiananda@gmail.com, ²ikarom@amikompurwokerto.ac.id,

³gustin@amikompurwokerto.ac.id, ⁴awiet@ittelkom-pwt.ac.id

Abstract: *Tukukebaya.id* uses WhatsApp to conduct commercial operations, including ordering products, which may be done using the Whatsapp number mentioned in the public Instagram biography. It also leverages Instagram-like social media to promote its services. Yet, as time goes by, the number of consumers always increases, generating problems such as illegible orders and errors in order summary. This is due to WhatsApp's incoming message system constantly being changed, which causes outdated messages to be replaced by fresh ones, leaving unread customer orders. This study aims to analyze the variables that affect social media users' levels of satisfaction at Tukukebaya.id based on the current issues. UTAUT technique was employed in this study, and it included six factors that were tested: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, behavior intention, and use behavior. The findings of this study show that there are four hypotheses—the third hypothesis, the fourth hypothesis, the sixth hypothesis, and the seventh hypothesis—that are correlated. The validity and reliability tests of all the variables that have been evaluated for their valid and reliable values have been finished.

Keywords: *Tukukebaya.id, UTAUT, User Satisfaction*

Abstrak: Tukukebaya.id menggunakan WhatsApp untuk melakukan operasional komersial, termasuk pemesanan produk, yang dapat dilakukan menggunakan nomor Whatsapp yang disebutkan dalam biografi Instagram publik. Ia juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan layanannya. Namun seiring berjalannya waktu, jumlah konsumen selalu bertambah sehingga menimbulkan permasalahan seperti pesanan yang tidak terbaca dan kesalahan dalam ringkasan pesanan. Hal ini disebabkan sistem pesan masuk WhatsApp terus-menerus diubah sehingga menyebabkan pesan-pesan lama digantikan dengan pesan-pesan baru sehingga meninggalkan pesanan pelanggan yang belum terbaca. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna media sosial di Tukukebaya.id berdasarkan isu yang ada saat ini. Teknik UTAUT digunakan dalam penelitian ini, dan mencakup enam faktor yang diuji: ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, niat berperilaku, dan perilaku penggunaan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat hipotesis—hipotesis ketiga, hipotesis keempat, hipotesis keenam, dan hipotesis ketujuh—yang berkorelasi. Uji validitas dan reliabilitas seluruh variabel yang telah dievaluasi nilainya valid dan reliabel telah selesai.

Kata kunci: *Tukukebaya.id, UTAUT, Kepuasan Pengguna*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di Indonesia hampir terjadi di semua wilayah, dan penggunaannya tidak terlepas dari jaringan internet. Presentase pengguna internet mencapai 56% dari total penduduk Indonesia, dan pengguna internet seluler mencapai 53% (Rizkinaswara, 2019). Tahun 2004

merupakan era blogging dan peningkatan pengguna media sosial hal ini diperkuat karena banyak masyarakat di Indonesia yang tergabung dalam komunitas blogger sehingga media komunikasi seperti *Short Message Service* (SMS) dan telepon mulai ditinggalkan (Gani, 2020). Media internet yang memungkinkan pengguna

untuk mewakili diri, serta berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial virtual dengan pengguna lain disebut media sosial, contoh media sosial yang sering digunakan antara lain *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twiter*, dan *Youtube* (Nasrullah, 2017). Media sosial ini telah ada sejak manusia saling mengadakan interaksi dengan orang lain di dunia ini dan dinamakan *social network*. Hanya pada masa modern ini, jaringan sosial diwujudkan dalam bentuk teknologi digital, yaitu *online social networking websites* (Priambada, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh creative agency dari New York, We Are Social, melalui *tools social media management HootSuite* tentang persentase media sosial terpopuler di Indonesia per-Februari 2022 dari total pengguna sebanyak 191,4 juta jiwa diantaranya WhatsApp mencapai 88,7%, Instagram 84,8%, dan Facebook 81,3% (Social, 2022). Kelebihan media sosial diantaranya penggunaannya lebih mudah dan terjangkau dari segi biaya. Kegunaan lain dari media sosial adalah membagikan suatu informasi, mencari tahu informasi maupun berita terbaru, dan dapat digunakan untuk menjalankan proses bisnis pada suatu organisasi maupun perusahaan (Priambada, 2017). Pada saat ini sudah banyak organisasi maupun perusahaan yang menerapkan media sosial media promosi untuk perusahaan dalam mempromosikan produknya dengan cepat dan dalam lingkup yang luas. Pemanfaatan media sosial sebagai alat transaksi jual beli contohnya antara lain informasi ketersediaan stok, harga, dan pemesanan produk, sehingga konsumen tidak perlu datang ke perusahaan. Penggunaan media sosial untuk mendukung proses bisnis tidak hanya digunakan oleh perusahaan atau organisasi yang besar saja, melainkan banyak usaha - usaha kecil seperti bisnis rumahan karena efektif

dan efisien dibandingkan promosi konvensional lain.

Tukukebaya.id terletak di Kelurahan Arcawinangun, Purwokerto Timur, merupakan usaha bisnis rumahan yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian, menyediakan berbagai macam kebaya, kemeja, gamis, rok, dan kerudung. Dalam kegiatan operasionalnya menggunakan media sosial dalam menjalankan proses bisnis. Promosi yang dilakukan untuk menarik konsumen melalui Instagram dengan *user name* Tukukebaya.id, menampilkan produk - produk terbaru. Pemesanan dapat dilakukan melalui nomor Whatsapp yang tercantum pada biografi Instagram yang telah tersedia. Penggunaan media sosial berbanding lurus dengan peningkatan jumlah konsumen. Namun, peningkatan tersebut juga berdampak pada meningkatnya jumlah pesan yang tidak terbaca dan kesalahan rekap pemesanan. Sistem pesan masuk pada WhatsApp akan terus diperbarui. Pesan lama yang tertimpa dengan pesan baru menyebabkan pesan konsumen ada yang tidak terbaca.

Selain itu, banyaknya jumlah pesan yang masuk seringkali menyebabkan notifikasi WhatsApp tidak muncul. Hal lain yang menjadi kendala adalah kesalahan produk yang diterima karena kesalahan rekap pesanan manual dari WhatsApp. Administrator diharuskan teliti dan mengecek ulang pesanan dari konsumen dan memakan waktu yang lama. Penelitian terkait analisis kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi media sosial WhatsApp mobile dilakukan oleh (Hilabi, Shofa Shofiah., 2018).

Pengukuran kepuasan dilakukan berdasarkan motif penggunaan media yang dikemukakan oleh Mc-Quali yaitu motif informasi (*surveillance*), motif identitas pribadi (*personal identity*), motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationship*), dan motif

hiburan (*diversion*). Penelitian komparasi menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan survey dan kuesioner. Objek penelitian adalah 88 responden aktif pengguna media sosial WhatsApp, yaitu mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, Universitas Buana Perjuangan, Karawang. Dari permasalahan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pengguna aplikasi WhatsApp dan Instagram yang mendukung berjalannya proses bisnis Tukukebaya.id. Metode yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang menggabungkan fitur - fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori (Widodo, Muhtarom., Irawan, Muhammad Isa., Ambarwati, 2019).

Metode

Observasi merupakan cara untuk pengambilan data dengan hanya melihat suatu objek tanpa menggunakan alat bantu lain. Observasi menuntut seorang analis menjadi pengamat orang dalam mempelajari alur sistem (Maulana, Ade., Bagiono, 2020). Observasi juga merupakan pengamatan langsung kelapangan untuk melihat keadaan sebenarnya dari obyek yang akan diteliti dengan tujuan mendapatkan data sesungguhnya dari suatu perusahaan (Ishak, Riswandi., Widjastuti, Handini., 2018). Pada metode ini, peneliti melakukan pengumpulan dengan cara mengamati secara langsung terhadap aplikasi media sosial yang digunakan oleh Tukukebaya.id dalam mendukung proses bisnisnya. Peneliti juga mencatat data data yang penting dan nyata guna mendukung dalam penyusunan tugas akhir yang didapat dari pengumpulan data (Nuhayah, Suhani., Sulaiman, Han., Saragih, 2020). Wawancara atau interview

adalah proses tanya jawab untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian secara tatap muka antara pewawancara dengan si penjawab / responden baik secara langsung ataupun tidak langsung menggunakan alat yang dinamakan Interview guide (Maulana, Ade., Bagiono, 2020). Teknik wawancara ini juga merupakan teknik dimana peneliti dan narasumber saling bertukar pikiran dan informasi, untuk menyelesaikan suatu masalah (Prasetyo, Muhamad Awiet Wiedanto., Setyaningsih, Gustin, Bachtiar, Rizky Bangkit., Saputri, Devi Yunita., 2022).

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mencari sebuah informasi terkait dengan mencari dan mempelajari penelitian yang diperoleh dari karya ilmiah, buku, dan Internet (Jannah, Izma Fazlun., Djakfar, Inayatillah., Dianah, 2020). Kuesioner merupakan instrumen atau suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar yang bersumber dari responden (Suryaningsih, 2018). Cara kerja kuisisioner ini yaitu dengan memberikan suatu pertanyaan tertulis yang telah disusun secara terstruktur kepada responden berkaitan dengan tanggapan responden terhadap beberapa macam variabel yang diteliti (Muchlis., Christian, Andi., Sari, 2019). Untuk menentukan jumlah sample atau responden untuk menjawab setiap pernyataan yang diberikan oleh peneliti menggunakan Rumus Slovin menurut (Nugraha, Adi., Ifmaily., Burhan, Ida Rahmah., Asyari, Dian Paramitha., Hasnah, 2022) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = Error Tolerance

Ketentuan yang ada pada rumus slovin yaitu:

Nilai e = 0,1 untuk populasi dalam jumlah besar.

Nilai e = 0,2 untuk populasi dalam jumlah kecil

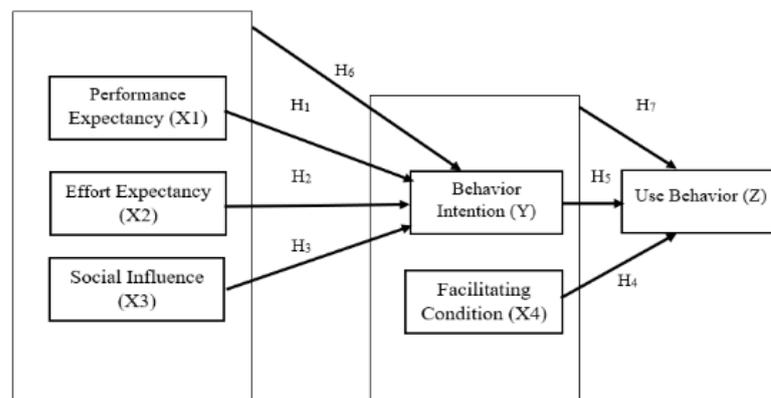
Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 12.500 yang diambil dari followers Tukukebaya.id. Dari populasi ini, persentase ketentuan sebesar 0,1 karena keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian ini (Suherdy, Anton Zacharia., Ainun, Siti., Halomoan, 2019). Kemudian hasilnya dibulatkan untuk konsistensi. Angka ini nantinya dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dihitung menggunakan Teknik Solvin sebagai berikut:

$$n = \frac{12500}{1 + 12500 (0,1)^2} = 99,99$$

Dari hasil rumus Slovin, ukuran sampel minimal yang akan digunakan untuk mendapatkan data kuesioner adalah 99,9, dibulatkan ke 100 responden terdekat. Setelah mengetahui jumlah minimum responden, langkah selanjutnya adalah menyusun daftar pertanyaan kuesioner, yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan, yaitu untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna media sosial dalam mendukung proses bisnis pada konsumen Tukukebaya.id. Kuesioner dalam penelitian ini akan dibagikan kepada 100 responden menggunakan

Whatsapp dan diolah menggunakan software SPSS 22. Dokumentasi adalah teknik dalam mengumpulkan data dengan menulis suatu dokumen yang dimiliki oleh organisasi maupun perusahaan. Teknik pengumpulan data dokumentasi ini dilakukan oleh peneliti saat peneliti melakukan suatu kunjungan di organisasi maupun perusahaan. Dokumentasi ini berisi lokasi, sejarah perkembangan perusahaan, dan macam - macam produk yang di pasaran.

Metode UTAUT memiliki empat variabel utama yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan media sosial yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Disamping empat faktor diatas model UTAUT memiliki empat faktor pendukung yaitu gender, age, voluntariness of use dan experience yang berfungsi untuk memperkuat pengaruh keempat faktor utama terhadap perilaku penerimaan teknologi. Variabel pendukung ini tidak dimasukan kedalam metode penelitian ini karena media sosial karena sifatnya tidak dibatasi oleh *Gender*, *Age*, *Voluntariness of Use* dan *Experience*. Kerangka konseptual UTAUT peneliti memfokuskan pada variabel *Performance Expetacy*, *Effort Expetacy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Behavior Intention*, dan *Use Behavior*.



Gambar 3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Tabel 1. Setiap variabel terdapat empat sampai dengan enam pernyataan dan setiap pernyataan memiliki kode berbeda, untuk penyebaran kuesioner dilakukan melalui nomor handphone atau melalui *DM instagram* yang tercatat data penjualan Tukukebaya.id.

Tabel 1. List Pernyataan Kuesioner Responden

Kode	Pernyataaan / Kode
(PE1)	Menurut saya whatsapp sangat membantu dalam melakukan pembelian produk secara online
(PE2)	Menurut saya whatsapp dapat mempersingkat waktu dalam proses transaksi jual beli produk
(PE3)	Aplikasi Whatsapp dapat mempermudah saya untuk mencari produk kebutuhan saya
(PE4)	Aplikasi Whatsapp dapat memberikan penawaran penjualan produk dengan baik
(PE5)	Aplikasi Whatsapp dapat memudahkan saya dalam memperoleh informasi promosi suatu barang tentang produk terbaru
(EE1)	Saya paham bagaimana cara untuk menggunakan <i>aplikasi whatsapp</i>
(EE2)	<i>Aplikasi Whatsapp</i> mudah digunakan dalam melakukan transaksi jual beli barang
(EE3)	Aplikasi Whatsapp memiliki banyak fitur yang dapat digunakan untuk mendukung berjalannya proses transaksi bisnis
(EE4)	Menurut saya menggunakan <i>fitur</i> pada <i>aplikasi Whatsapp</i> sangat mudah untuk digunakan untuk melakukan transaksi bisnis
(EE5)	<i>Aplikasi Whatsapp</i> sangat mudah digunakan untuk melakukan

Kode	Pernyataaan / Kode
	transaksi jual beli
(SI1)	Orang lain mempengaruhi saya menggunakan <i>Whatsapp</i> untuk memudahkan dalam melakukan transaksi jual beli
(SI2)	Saya mendapatkan saran dari orang lain tentang mudahnya bertansaksi jual beli barang melalui <i>whatsapp</i>
(SI3)	Saya menggunakan <i>aplikasi whatsapp</i> untuk berbelanja karena sudah banyak orang lain yang menggunakannya
(SI4)	Orang lain membantu saya menggunakan <i>Whatsapp</i> untuk mempermudah proses transaksi jual beli
(SI5)	Saya akan menyarankan masyarakat sekitar tentang pentingnya menggunakan media sosial <i>whatsapp</i> untuk mempermudah proses transaksi jual beli
(FC1)	<i>Aplikasi Whatsapp</i> memiliki fitur bantuan yang dapat membantu kesulitan maupun keluhan pengguna dalam penggunaan aplikasi.
(FC2)	<i>Aplikasi whatsapp</i> memiliki <i>fitur story</i> yang dapat digunakan untuk melihat promo suatu barang dalam bisnis.
(FC3)	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>Aplikasi Whatsapp</i> . (Misal: paham melakukan transaksi produk).
(FC4)	Saya memiliki sumber daya (Paket Data) yang dibutuhkan untuk penggunaan <i>Aplikasi Whatsapp</i> .
(FC5)	Saya memiliki sumber daya (WIFI) yang dibutuhkan untuk penggunaan <i>Whatsapp</i> .
(FC6)	Terdapat orang lain yang membantu apabila kita kesulitan

Kode	Pernyataaan / Kode
	dalam menggunakan <i>Whatsapp</i> .
(BI1)	Saya berniat menggunakan <i>Aplikasi Whatsapp</i> secara rutin dalam melakukan transaksi jual beli.
(BI2)	Saya akan menggunakan <i>Aplikasi Whatsapp</i> untuk melakukan transaksi bisnis selama 5 tahun kedepan.
(BI3)	Saya lebih suka menggunakan <i>Whatsapp</i> untuk melakukan transaksi jual beli barang.
(BI4)	Pada 5 tahun yang akan datang <i>whatsapp</i> akan menjadi aplikasi wajib untuk melakukan transaksi jual beli barang yang dibuktikan seperti hadirnya <i>fitur whatsapp bussines</i> yang sekarang sudah mulai banyak digunakan.
(BI1)	Menggunakan <i>Aplikasi Whatsapp</i> menurut saya sangat menyenangkan.
(UB2)	Menggunakan <i>Aplikasi Whatsapp</i> dalam melakukan jual beli merupakan suatu hal yang menarik.
(UB3)	Saya lebih sering menggunakan <i>Aplikasi Whatsapp</i> untuk melakukan jual beli barang.
(UB4)	Penggunaan <i>Whatsapp</i> sangat memudahkan saya melakukan jual beli barang.
(UB)	<i>Aplikasi Whatsapp</i> mudah dipahami sehingga membantu saya dalam menjual dan membeli barang.

Seperti Tabel 2. hasil kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan skala 5 poin. Nilai skor 5 adalah poin tertinggi dan skor 1 adalah poin terendah. Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban yang bias bila menggunakan skala 4 poin karena kemungkinan akan

sulit menentukan pilihan responden (Siahaan & Simanjuntak, 2019).

Tabel 2. Bobot Nilai Pernyataan

Pernyataan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Uji validitas merupakan pengujian yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Dalam uji pengukuran validitas terdapat dua macam yaitu Pertama, mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan (item) dengan total item. Kedua, mengkorelasikan antar masing - masing skor indikator item dengan total skor konstruk (Janna, 2020).

Untuk menguji validitas berikut merupakan kriteria pengujiannya jika nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Maka data bersifat valid dan sebaliknya. Sedangkan menurut (Yuliani, 2021) Uji realibilitas dilakukan dengan secara keseluruhan terhadap semua item pernyataan yang terdapat di angket yang diteliti. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan terhadap uji reliabilitas yaitu apabila nilai dari Cronbch's Alpha lebih besar 0,70 maka angket atau kuisinoner bisa disebut reliable dan sebaliknya.

Kemudian ada uji asumsi klasik berupa Uji Normalitas merupakan pengujian terhadap semua variable penelitian yang akan dianalisis untuk menguji normalitas data dengan melihat dari signifikannya. Variable yang dinyatakan normal jika nilai signifikan > 0.05 . Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji

normalitas data digunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 5% (Amatilah et al., 2021).

Uji asumsi klasik selanjutnya Uji Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas (Sriningsih et al., 2018) sedangkan menurut (Kartiko & Rachmi, 2021) Multikolinearitas merupakan suatu gejala yang menunjukkan adanya hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara dua variabel atau lebih pada model regresi. Model regresi yang baik tidak terdapat gejala multikolinearitas, cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai Tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya.

Terakhir uji asumsi klasik berupa Uji heteroskedastisitas adalah uji kekuatan hubungan antar variabel apakah memiliki kekuatan merata (homoskedastisitas) atau tidak (heteroskedastisitas) (Wahyudi, 2016). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat persamaan atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Uji ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan kriteria pengujian adalah jika signifikansi lebih dari 0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya (Fitriyani, 2019).

Terdapat koefisien determinasi (Marpaung & Winarto, 2018) merupakan alat yang digunakan menilai kemampuan suatu model dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Koefisien determinasi dapat mengambil nilai antara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang kecil berarti variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas untuk menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi

mendekati 1 yang berarti bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memperkirakan perubahan variabel terikat. Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah dari setiap variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Oktaviana et al., 2017).

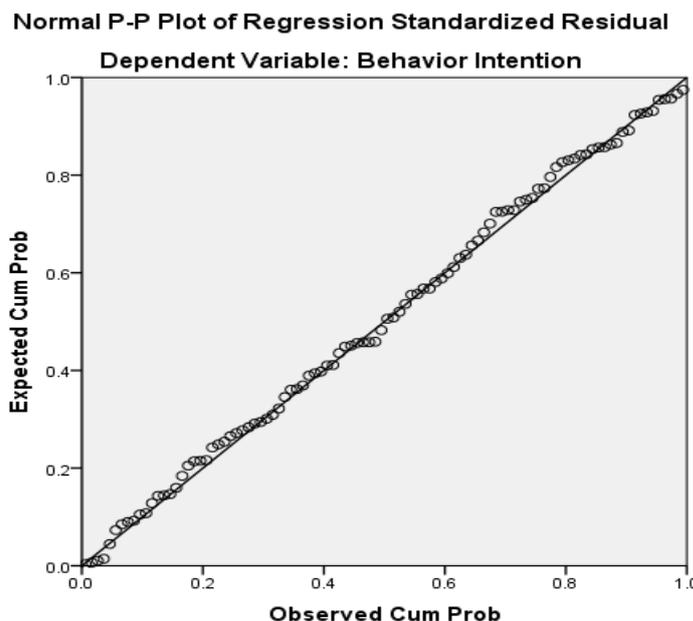
Cara pengujian uji T dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel. Pada penelitian ini menggunakan derajat signifikan sebesar 10%. Untuk menentukan hasil dari uji T yaitu dengan nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan sebaliknya. Uji F ini bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen berpengaruh secara simultan secara terhadap variabel dependen (Ukhriyawati & Malia, 2018). Analisis pada penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai sig. F dengan nilai sig. sebesar 0,05. Berikut merupakan syarat untuk menghitung sig. F $< 0,05$ maka hipotesis teruji dan sebaliknya. Menurut Ghozali (2016) pada penelitian (Purnawijaya, 2019), uji F dilakukan dengan melakukan suatu perbandingan untuk membandingkan hasil perhitungan antara nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Jika dalam perbandingan diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima dan menolak H_0 .

Hasil

Pengujian validitas pada penelitian ini, peneliti menguji 100 responden, untuk menentukan besarnya nilai r tabel df dapat dihitung dengan rumus $df = (n - 2) = 100 - 2 = 98$. Dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ maka nilai R_{Tabel} yang diperoleh yaitu = 0.1966 (Janna, 2020). Nilai r hitung terbesar *Variable Performance Expectancy* adalah 0,782 (PE3) sedangkan nilai r hitung terkecil adalah 0,580 (PE5). Nilai r hitung terbesar *Variable Effort Expectancy*

adalah 0,786 (EE5) sedangkan nilai r hitung terkecil adalah 0,569 (EE1). Nilai r hitung terbesar *Variable Social Influence* adalah 0,737 (PE3) sedangkan nilai r hitung terkecil adalah 0,622 (SI2). Nilai r hitung terbesar *Variable Facilitating Conditions* adalah 0,807 (FC1) sedangkan nilai r hitung terkecil adalah 0,683 (FC2). Nilai r hitung terbesar *Variable Behavior Intention* adalah 0,827 (BI4) sedangkan nilai r hitung terkecil adalah 0,793 (BI1). Nilai r hitung terbesar *Variable Use Behavior* adalah 0,816 (UB4) sedangkan nilai r hitung terkecil adalah 0,671 (UB3).

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan dengan nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih besar 0,70 maka angket atau kuisinoner bisa disebut reliable, apabila kurang dari 0,70 dinyatakan tidak reliable. Hasil uji reabilitas *Variable Performance Expectancy* adalah 0,772, *Variable Effort Expectancy* adalah 0,755, *Variable Social Influence* adalah 0,7417, *Variable Facilitating Conditions* adalah 0,838, *Variable Behavior Intention* adalah 0,831, *Variable Use Behavior* adalah 0,801.



Gambar 4. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Untuk uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* taraf lebih dari sig. 0,05 maka dinyatakan terdistribusi secara normal dan Grafik P-Plot yang penyebaran titik sekitar dan mengikuti garis model regresi dinyatakan terdistribusi secara normal. Untuk *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy*, *Variable Social Influence*, terhadap *Variable Behavior Intention* memiliki nilai sig. 0,200 dan penyebaran titik sekitar dan mengikuti garis model regresi, maka kuesioner terdistribusi

secara normal seperti Gambar 4. Hal tersebut seperti *Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention* terhadap *Variable Use Behavior*.

Cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan menggunakan dan nilai Tolerance, apabila nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Seperti tabel 3. Uji Multikolinieritas *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy*, *Variable Social Influence*, terhadap *Variable Behavior*

Intention mendapatkan nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Hal tersebut seperti *Variable Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention* terhadap *Variable Use Behavior*.

Tabel 3. Multikolinieritas X1-3 terhadap Y

"Model"	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.995	1.005
X2	.949	1.054
X3	.946	1.057

Pengujian heteroskedasitas dilakukan menghitung regresi nilai signifikan terhadap variabel independen. Tingkat sig. yang digunakan sebesar 0,05, dengan kriteria pengujian adalah jika signifikansi > 0,05 tidak terjadi heteroskedasitas. Hasil pengujian *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy*, *Variable Social Influence*, terhadap *Variable Behavior Intention* nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas. Hal tersebut seperti *Variable Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention* terhadap *Variable Use Behavior*.

Tabel 3. Heteroskedasitas X1-3 terhadap Y

"Model"	Sig.
1 (Constant)	.176
X1	.435
X2	.598
X3	.252

Uji Regresi berganda juga merupakan suatu teknik analisis yang mencoba menjelaskan hubungan antara variasi variabel yang mengandung hubungan sebab akibat atau lebih khusus lagi analisis regresi pada *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy*,

Variable Social Influence, *Variable Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention*. Berdasarkan Tabel 4. apabila *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy* dan *Variable Social Influence* bernilai 0 maka nilai *Variable Behavior Intention* adalah 10.761. Nilai koefisien regresi *Variable Performance Expectancy* akan meningkatkan *Variable Behavior Intention* sebesar 0,006. Nilai koefisien regresi *Variable Effort Expectancy* akan menurunkan *Variable Behavior Intention* sebesar -0,117. Nilai koefisien regresi *Variable Social Influence* akan meningkatkan *Variable Behavior Intention* sebesar 0,425.

Tabel 4. Regresi Berganda X1-3 terhadap Y

"Model"	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	10.761	3.133
X1	.006	.089
X2	-.117	.080
X3	.425	.096

Berdasarkan Tabel 5. apabila *Variable Facilitating Condition* dan *Variable Behavior Intention* bernilai 0 maka nilai *Variable Use Behavior* adalah 9.743. Nilai koefisien regresi *Variable Facilitating Condition* akan meningkatkan *Variable Use Behavior* sebesar 0,552. Nilai koefisien regresi *Variable Behavior Intention* akan menurunkan *Variable Use Behavior* sebesar -0,110.

Tabel 5. Regresi Berganda X4 dan Y terhadap Z

"Model"	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	9.743	1.906
X4	.552	.061
Y	-.110	.076

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model menjelaskan perubahan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi mendekati nilai 0 menunjukkan bahwa variabel bebas hanya dapat melakukan dalam jangkauan terbatas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Jika jumlah koefisien determinasi mendekati nilai 1 artinya yaitu variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk mendapatkan perubahan variabel terikat.

Tabel 6. Uji Determinasi *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy*, *Variable Social Influence*, terhadap *Variable Behavior Intention* yang mendapatkan Nilai R Square diperoleh bernilai 0,170 lebih mendekati nilai 0 yang artinya masih memiliki jangkauan terbatas. Sedangkan *Variable Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention* terhadap *Variable Use Behavior* mendapatkan nilai 0,461 yang memiliki jangkauan lebih luas.

Tabel 6. Determinasi X1-3 terhadap Y

Model	R	R Square
1	.413 ^a	.170

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah dari setiap variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Cara pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan T hitung lebih besar T tabel (1,66) berdasarkan nilai signifikan sebesar 10%. Melihat hasil Tabel 7. pengujian hipotesis yang telah didapat bahwa *Variable Performance Expectancy* dan *Variable Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Variable Behavior Intention*, sedangkan *Variable Social Influence* berpengaruh terhadap terhadap *Variable Behavior Intention*.

Tabel 7. Uji T X1-3 terhadap Y

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3.435	.001
X1	.068	.946
X2	-1.461	.147
X3	4.411	.000

Melihat hasil Tabel 8. pengujian hipotesis yang telah didapat bahwa *Variable Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap terhadap *Variable Use Behavior*, sedangkan *Variable Behavior Intention* tidak berpengaruh terhadap terhadap *Variable Use Behavior*.

Tabel 8. Uji T X4 - Y terhadap Z

Model	T	Sig.
1 (Constant)	5.112	.000
X4	9.105	.000
Y	-1.450	.150

Uji F menguji apakah variabel independen berpengaruh simultan terhadap terhadap variabel dependen. Analisis pada penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai F hitung lebih besar nilai F tabel sebesar 0,05 (3.09). Melihat hasil Tabel 9. pengujian hipotesis yang telah didapat bahwa *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy* dan *Variable Social Influence* berpengaruh secara simultan terhadap terhadap *Variable Behavior Intention*.

Tabel 9. Uji F X1-3 terhadap Y

Model	F	Sig.
1 Regression	6.574	.000 ^b
n Residual		
Total		

Melihat hasil Tabel 10. pengujian hipotesis yang telah didapat bahwa *Variable Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention*

berpengaruh simultan terhadap terhadap *Variable Use Behavior*.

Tabel 10. Uji T X4 - Y terhadap Z

Model	F	Sig.
1 Regression	41.450	.000 ^b
Residual		
Total		

Pembahasan

Hasil Uji Validitas bernilai 0,569 sampai dengan 0,827 dan lebih besar dari 0,1966, maka dinyatakan valid secara keseluruhan. Hasil Uji Reabilitas variabel kuesioner secara keseluruhan mendapatkan nilai lebih dari 0,770 dan dinyatakan reliabel. Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov taraf lebih dari sig. 0,05 dan Grafik P-Plot, semua variabel dinyatakan terdistribusi secara normal. Uji Heteroskedasitas dengan lebih dari sig. 0,05 hasil semua variabel dependen dinyatakan memiliki kekuatan merata sehingga tidak terjadi heteroskedasitas. Hasil uji linier berganda terdapat dua variabel independen yang akan mengurangi nilai variabel dependen. Hasil Uji Determinasi X1-3 terhadap Y masih sekitar 83% terdapat variabel lainnya yang mempengaruhi *Variable Behavior Intention* selain *Variable Performance Expectancy*, *Variable Effort Expectancy*, dan *Variable Social Influence*. Sedangkan Hasil Uji Determinasi X4 dan Y terhadap Z masih sekitar 53,9% terhadap variabel lainnya yang mempengaruhi *Variable Use Behavior* selain *Variable Facilitating Conditions* dan *Variable Behavior Intention*. Hasil Uji T terdapat dua variabel independen yang tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan Uji F dengan semua variabel independen yang ada memiliki berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 hipotesis yang memiliki korelasi yaitu (H3) *Variable Social Influence* berpengaruh terhadap *Variable Behavior Intention*, (H4) *Variable Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap variabel *Variable Behavior Intention*, (H6) *Variable Performance Expectancy* (X1), *Variable Effort Expectancy* (X2), dan *Variable Social Influence* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap *Variable Behavior Intention* (Y), dan (H7) *Variable Facilitating Conditions* (X4) dan *Variable Behavior Intention* (Y) berpengaruh secara simultan terhadap *Variable Use Behavior* (Z). Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna media sosial pada Tukukebaya.id paling banyak dipengaruhi oleh faktor kondisi sosial (*Social Influence*) dan kondisi fasilitas (*Facilitating Conditions*) hal ini dibuktikan dengan diterimanya H3 dan H4.

Referensi

Gani, A. Ghobadi. (2020). Sejarah dan perkembangan internet di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(2).

Hilabi, Shofa Shofiah., Priati. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Media Sosial Whatsapp Mobile Online. *Jurnal Buana Ilmu*, 3(1).

Ishak, Riswandi., Widyastuti, Handini., Setiaji. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Kue dan Roti Berbasis Web Pada Yuki Bakery Jakarta. *Jurnal Swabumi*, 6(1).

Jannah, Izma Fazlun., Djakfar, Inayatillah., Dianah, Azimah. (2020). Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *JHIBIZ*, 2, No. 1.

- Maulana, Ade., Bagiono, B. Judi. (2020). Sistem Informasi Jasa Laundry Kiloan Menggunakan Program Visual Studio 2010. *Jurnal Visualika*, 6(2).
- Muchlis., Christian, Andi., Sari, M. Puspa. (2019). Kuesioner Online Sebagai Media Feedback Terhadap Pelayanan Akademik Pada STMIK Prabumulih. *Jurnal Eksplor Informatika*, 8(2).
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Adi., Ifmaily., Burhan, Ida Rahmah., Asyari, Dian Paramitha., Hasnah, Fadhilatul. (2022). Evaluasi Penggunaan SIMRS dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM) di RSUD dr. Adnaan WD Payakumbuh. *Ilmu Kesehatan*, 6(2).
- Nuhayah, Suhani., Sulaiman, Han., Saragih, T. Kurniawaty. (2020). Perancangan Sistem Aplikasi Klaim Kesehatan Pada PT. ASTRA Credit Company Cabang Depok berbasis Java Desktop. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 4(2).
- Prasetyo, Muhamad Awiet Wiedanto., Setyaningsih, Gustin, Bachtiar, Rizky Bangkit., Saputri, Devi Yunita. (2022). Tuan Desa Application Menggunakan Metode Topsis Sebagai Penentuan Rencana Kerja Pembangunan Kerja. *Sains & Teknologi*, 11(1).
- Priambada, Swasta. (2017). Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Malang Raya. *Seminar Nasional Sistem Infotmasi Indonesia (SESINDO)*.
- Rizkinaswara, L. (2019). *Penggunaan Internet di Indonesia*. Kominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/>
- Social, W. A. (2022). *Digital 2022 Indonesia*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Suherdy, Anton Zacharia., Ainun, Siti., Halomoan, Niko. (2019). Perancangan Alat Penilaian untuk Pengembangan TPS Menjadi TPS 3R Di Wilayah Perencanaan IV Kota Bogor. *Jurnal Reka Lingkungan*, 7(1).
- Suryaningsih, E. D. dan S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota KJRS KUM3 Rahmat Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1, 55-54.
- Widodo, Muhtarom., Irawan, Muhammad Isa., Ambarwati, Rita. (2019). Extending UTAUT2 to Explore Digital Wallet Adoption in Indonesia. *International Conference on Information and Communications Technology, ICOIACT 2019*.