

**ANALISIS USER EXPERIENCE SEBAGAI KERANGKA ACUAN UNTUK
MENGUKUR KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI MOBILE
WHATSAPP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTI FTK UIN AR-
RANIRY BANDA ACEH)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**AISYURA
NIM. 150212037**

**Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Prodi Pendidikan Teknologi Informasi**



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2019/1440 H**

**ANALISIS *USER EXPERIENCE* SEBAGAI KERANGKA ACUAN
UNTUK MENGUKUR KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI
MOBILE WHATSAPP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTI FTK
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Universitas Islam Negeri ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Bahan Studi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
dalam Ilmu Pendidikan

Oleh :

Aisyura

NIM. 150212037

Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Prodi Pendidikan Teknologi Informasi

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Hendri Ahmadian, S.Si., M.L.M
NIP.198301042014031002



Rahmat Musfikar, M.Kom
NIDN.2013098901

**ANALISIS *USER EXPERIENCE* SEBAGAI KERANGKA
ACUAN UNTUK MENGUKUR KEPUASAN PENGGUNA
PADA APLIKASI *MOBILE WHATSAPP* (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA PTI FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH)**

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munasasyah Skripsi Fakultas Tarbiyah dan
Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus serta
Diterima sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1) dalam Ilmu
Pendidikan

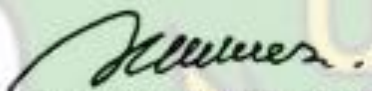
Pada hari/Tanggal

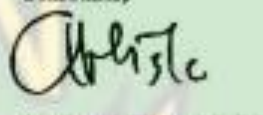
Rabu, 10 Oktober 2019
11 Safar 1441 H

Panitia Ujian Munasasyah Skripsi

Ketua,

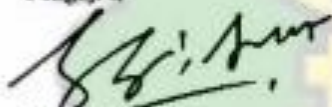
Sekretaris,

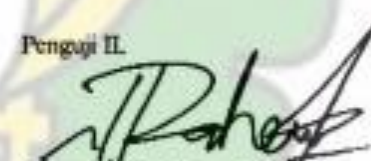

Hendri Ahmadian, S.Si, M.LM
NIP.198301042014031002


Izzah Al-Fikry, M. Pd
NIDN.

Penguji I,

Penguji II,


Khairan, M.Kom
NIP.198607042014031001


Rahmat Musfikar, M.Kom
NIDN.2013098901

Mengetahui,
Dekan Fakultas tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry
Darussalam, Banda Aceh


Dr. Muslim Razali, S.H, M.Ag.
NIP.195903091989031001



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
KULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
DARUSSALAM – BANDA ACEH
Telp: (0651) 7551423, Faks: 7553020

LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyura

NIM : 150212037

Prodi : Pendidikan Teknologi Informasi

Fakultas : Tarbiyah Dan Keguruan

Judul skripsi : Analisis *User Experience* Sebagai Kerangka Acuan Untuk
Mengukur Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Mobile Whatsapp
(Studi Kasus Pada Mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda
Aceh)

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan .
2. Tidak melakukan plagiat terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemiliknya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di fakultas tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 5 Agustus 2019
Yang menyatakan

Aisyura

NIM. 150212037

ABSTRAK

Nama : Aisyura
NIM : 150212037
Fakultas/Prodi : Tarbiyah dan Keguruan /Pendidikan Teknologi Informasi
Judul : Analisis User Experience sebagai Kerangka Acuan untuk
Mengukur Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Mobile
Whatsapp (Studi Kasus pada Mahasiswa PTI FTK UIN
Ar- Raniry Banda Aceh)
Tebal Skripsi : 90 Halaman
Pembimbing I : Hendri Ahmadian, S.Si., M.I.M
Pembimbing II : Rahmat Musfikar, M.Kom

Berawal dari Steve Jobs yang menggugat pemahaman orang pada umumnya tentang *user experience design* (UXD) pada tahun 2003. Kebanyakan orang berpikir bahwa desain adalah sesuatu yang kita lihat dan rasakan, bagi Steve Jobs, desain tidak sekedar cantik tapi harus bisa berfungsi dan bekerja. Beberapa tahun kemudian, Frank Guo menyederhanakan konsep user experience dengan membaginya dalam empat elemen fundamental, yaitu: *value*, *adoptabilty*, *desirability*, & *usability* (VADU). Konsep UX diadopsi oleh berbagai platform media sosial, termasuk *Whatsapp*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna whatsapp yang meliputi 4 (*value*, *adoptability*, *desirebility* dan *usebility*) variabel bebas dan 1 variabel terikat (kepuasan), populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry sebagai pengguna aktif aplikasi whatsapp. teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobabilitas sampling* yaitu *Quota Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 237 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam Skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan penggun *whatsapp* yaitu variabel kegunaan (*usability*) dan variabel kemampuan beradaptasi (*adoptability*). Hal ini dibuktikan dengan jumlah sumbangan efektif (SE) variabel *usability* sebesar 18,7% dan SE variabel *adoptability* sebesar 13,8% dari sumbangan bersama-sama atau sumbangan relatif (SF) sebesar 38,9% terhadap pengaruh kepuasan pengguna aplikasi whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry, sedangkan sebanyak 61,1% kepuasan pengguna Whatsapp dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Media Sosial, *Mobile whatsapp*, *User Experience*, Kepuasan pengguna

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal Penelitian dengan baik. Shalawat dan salam mari kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pengajaran yang suci kepada umatnya sehingga seluruh umat manusia merasakan hangatnya pancaran sinar Ilahi Rabbi yang dibawa oleh Beliau. Adapun Judul Proposal Penelitian ini : **“Analisis *User Experience* Sebagai Konsep Acuan Untuk Mengukur Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi *Mobile Whatsapp* (Studi Kasus Pada Mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh)”**.

Proposal penelitian ini merupakan tahap awal penulis untuk menyelesaikan tugas akhir Skripsi untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan, pada fakultas Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Dalam menyelesaikan proposal penelitian ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa Kepada kedua Orang Tua tercinta dan seluruh keluarga karena dengan dukungan dan do'a mereka sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal penelitian ini.
2. Bapak Hendri Ahmadian, S.Si., M.I.M. selaku dosen Pembimbing I dan kepada bapak Rahmat Musfikar M.Kom yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga Proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Pendidikan Teknologi Informasi fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry yang telah membantu penulis selama ini.
4. Semua teman-teman yang telah terlibat untuk membantu penulis dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masi jauh dari kesempurnaan, penulis sadar akan segala kelemahan dan kekurangan, karena kesempurnaan itu hanyalah milik Allah SWT semata. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca agar proposal penelitian ini mengalami perubahan ke arah yang lebih baik. Semoga sripsi ini daapt bermamfaat bagi pembaca sekalian. Amin Ya Rabbal`alamin.

Banda Aceh, 7 Agustus 2019
Penulis



Aisyura
NIM. 150212037

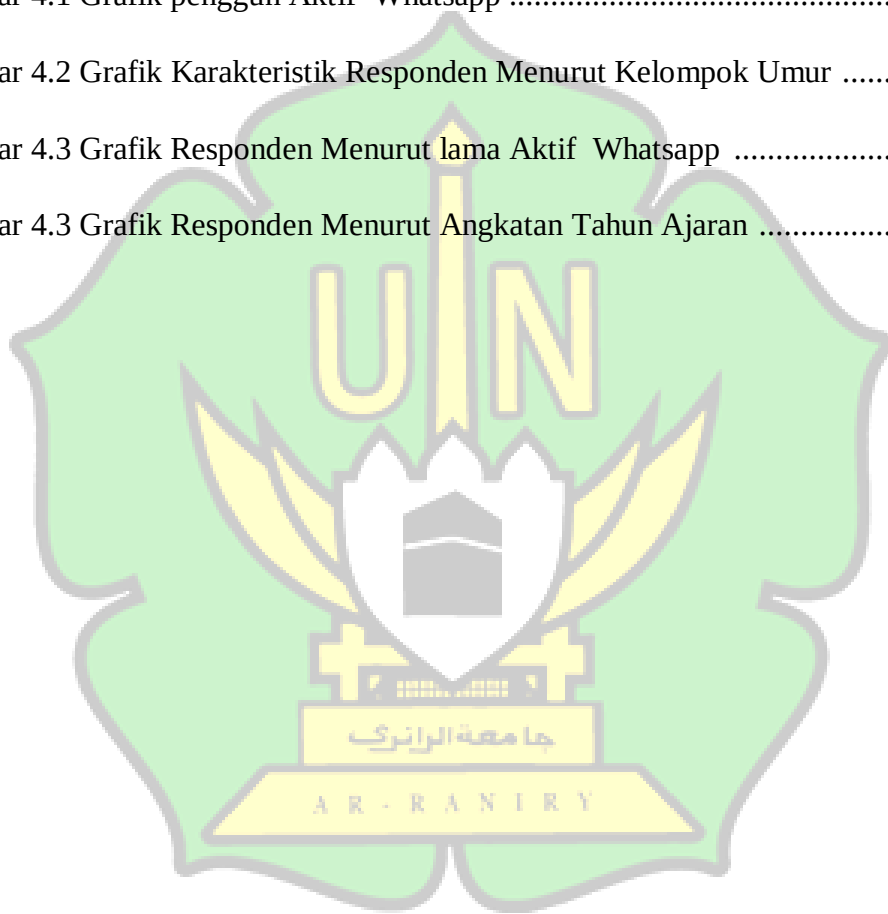
DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan manfaat Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah.....	7
E. Kebaruan Penelitian	8
F. Peneletian Sebelumnya	9
BAB II LANDASAN TEORITIS	11
A. User Experience (UX)	11
1. Value	12
2. Adoptability	13
3. Desirability	13
4. Usability	13
5. Kepuasan Pengguna.....	14
B. Aplikasi Mobile (<i>Mobile Application</i>)	15
C. Media Sosial (<i>Social Media</i>).....	15
1. Perkembangan Media Sosial	16
2. Jenis-jenis Media Sosial	16

D. Whatsapp	18
1. Fitur-fitur yang Terdapat dalam Aplikasi WhatsApp.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan Penelitian	23
B. Subjek Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel	24
D. Teknik Pengambilan Sampel	26
E. Waktu dan Tempat Penelitian	27
F. Instrumen Penelitian	27
G. Teknik Pengumpulan Data	31
H. Pengujian Kuesioner	32
I. Teknik Analisis Data	33
J. Pengujian Hipotesis	37
K. UjinSe dan SR.....	38
L. Rancangan Penelitian	39
M. Kerangka Konsep	46
N. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Hasil Penelitian	61
B. Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	92

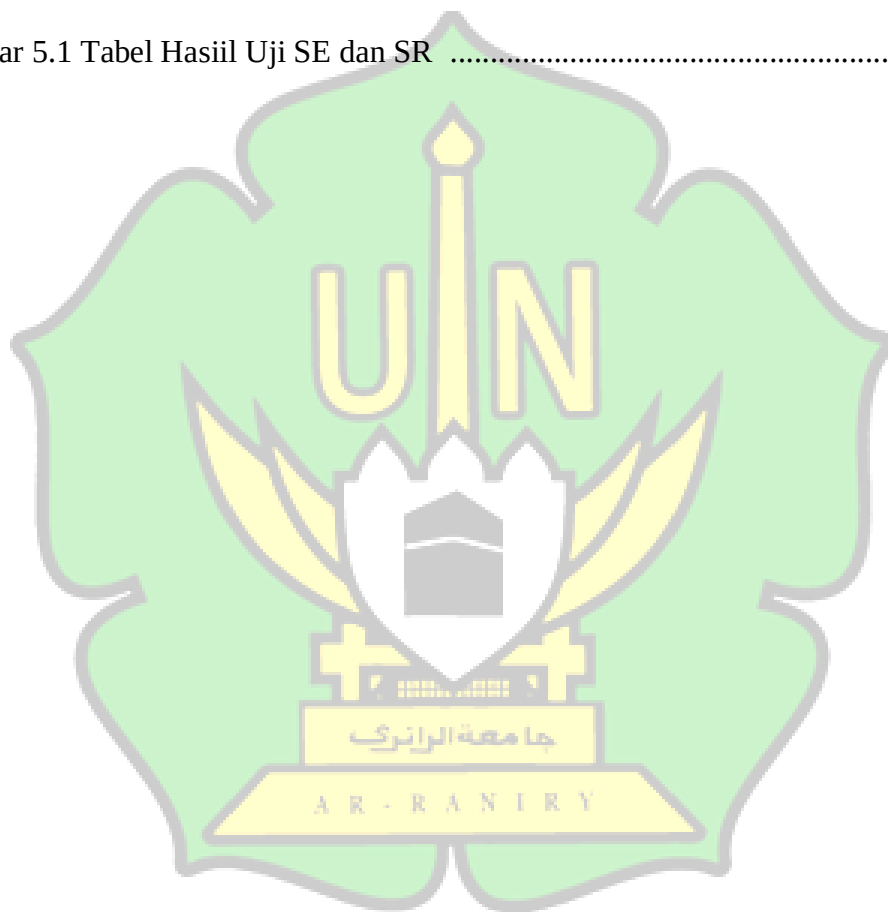
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik penggun Aktif <i>Whatsapp</i>	5
Gambar 1.2 Fitur-fitur pada Aplikasi <i>Whatsapp</i>	23
Gambar 4.1 Grafik penggun Aktif <i>Whatsapp</i>	63
Gambar 4.2 Grafik Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur	64
Gambar 4.3 Grafik Responden Menurut lama Aktif <i>Whatsapp</i>	65
Gambar 4.3 Grafik Responden Menurut Angkatan Tahun Ajaran	66



DAFTAR TABEL

Gambar 5.1 Tabel Hasil Uji Validasi	67
Gambar 5.2 Tabel Hasil Uji Reabilitas	68
Gambar 5.3 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
Gambar 5.1 Tabel Hasil Uji SE dan SR	86



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran

Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 4 : Lembar Kuisisioner Penelitian

Lampiran 5 : Hasil Nilai Angket Penelitian

Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 : Hasil Sumbangan Relatid dan Sumbangan Efektif

Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terpacunya perkembangan teknologi saat ini yang menjadi pengaruh besar dalam perubahan gaya hidup manusia terutama dalam hal sistem informasi dan komunikasi, berbagai produk dan layanan aplikasi *mobile* yang sudah diluncurkan untuk mendukung kemudahan akses informasi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Tuntutan pada sebuah aplikasi untuk menunjang kenyamanan dan kepuasan pengguna itu tak hanya pada tampilan *prototype* yang cantik ataupun menarik saja, namun juga harus bisa berfungsi dan bekerja dengan baik. Oleh sebab itu, memperhatikan konsep dari *user experience* sangat diperlukan untuk mempertahankan kebetahan penggunaannya.

Pada tahun 2003, Steve Jobs menggugat pemahaman orang pada umumnya tentang *user experience design* (UXD). Pada masa itu, orang kebanyakan berpikir bahwa desain adalah sesuatu yang kita lihat dan rasakan. Baginya, desain tidak sekedar cantik tapi harus bisa berfungsi dan bekerja. Hal ini diwujudkan ketika meluncurkan iPhone generasi pertama yang penuh dengan kejutan desain dan kemudian mengubah industri telepon genggam sejak saat itu.¹

Frank Guo mencoba untuk menyederhanakan konsep *user experience*. Dalam paparannya, UX terbagi dalam empat elemen fundamental. Keempat

¹ Walker, R., 2003. *The Guts of a New Machine*. [online] Tersedia di: <http://www.nytimes.com/2003/11/30/magazine/the-guts-of-a-new-machine.html>. [Diakses 23 Januari 2019].

elemen itu yaitu: *value, usability, desirability, & adoptability*. UX sebuah platform mampu menampung kepentingan semua *Stakeholder* yaitu membuat situs *Web* lebih mudah digunakan, berharga, dan efektif bagi pengunjung. Fokusnya adalah pada kesenangan dan nilai daripada kinerja.²

Pada pertengahan tahun 1990-an, istilah *user experience* mulai diperkenalkan oleh Donald Norman. *User experience* dapat digambarkan secara sederhana seperti kita memilih tempat makan. Alasan kita memilih tempat itu, kesan pertama ketika pertama kali masuk, penyambutan yang diterima dari pelayan, menu yang tersusun, waktu saji makanan, rasa makanan, pelayanan konsumen, apakah kita betah, akankan kita kembali lagi ke tempat itu, merupakan cakupan dari *user experience* dari tempat makan tersebut.³

Konsep UX, dalam perkembangannya, diadopsi juga oleh media sosial. Platform media sosial terdiri dari aplikasi mobile dan desktop. Hal ini membawa perubahan besar dalam desain media sosial. Pada tahun 1978, ketika masih berupa sistem papan buletin, desain media sosial hanya untuk mengakomodasi fitur untuk berkomunikasi menggunakan surat elektronik. Media sosial kemudian bertransformasi tidak hanya untuk berbagi kabar tetapi juga menjadi alat promosi bisnis. Hal ini dikarenakan siapa saja dapat dengan mudah mengakses media sosial.

² Guo, F., 2012. *More Than Usability: The Four Elements of User Experience*, Part I. [online] Tersedia

di: <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience->

³ Norman, D.A., 2013. *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*. [online] Tersedia di:

<http://cc.droolcup.com/wpcontent/uploads/2015/07/The-Design-ofEveryday-Things-Revised-and-ExpandedEdition.pdf> . [Diakses 23 januari 2019].

Kemudahan untuk mengakses media sosial dikarenakan semakin murah harga *smartphone*. Data periode Oktober 2016 menunjukkan 51,3 persen warga dunia mengakses internet melalui *smartphone*.⁴ Kondisi ini menuntut pengembang aplikasi untuk membuat aplikasi yang dapat dibuka dengan mudah dan nyaman pada *smartphone*. Dengan penerapan desain UX yang baik maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna (pengguna aplikasi, pengunjung *website*) dalam menggunakan aplikasi *mobile* media sosial.

Whatsapp telah muncul pada tahun 2009, Per Februari 2013 pengguna aktif *WhatsApp* meledak di angka 200 juta. Angka ini membengkak dua kali lipat pada bulan Desember dan naik lagi menjadi 500 juta pada bulan April 2014. Dan per September 2015, pengguna aktif *WhatsApp* tercatat sebanyak 900 juta. Perkembangan ini tidak lepas dari penyesuaian dan perubahan yang terus dilakukan *Whatsapp* untuk mengakomodasi kenyamanan pengguna hingga saat ini. Lebih dari 1 miliar orang di lebih dari 180 negara menggunakan *WhatsApp*.

Pada awal kemunculan, *whatsapp* dibuat untuk pengguna *iPhone*, kemudian seiring dengan perkembangannya, aplikasi *WhatsApp* tersedia juga untuk versi *BlackBerry*, *Android*, *Windows Phone* dan *Symbian*. Sampai pada November 2010, *WhatsApp* menduduki posisi peringkat ke 3, aplikasi paling laris yang diunduh melalui *nokia Ovi Store*, setelah *Swype* dan *NHL game center*.

⁴ Titcomb, J., 2016. *Mobile Web Usage Overtakes Desktop for First Time*. [online] Tersedia di: <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/11/01/mobile-web-usage-overtakesdesktop-for-first-time>. [Diakses 23 januari 2019].

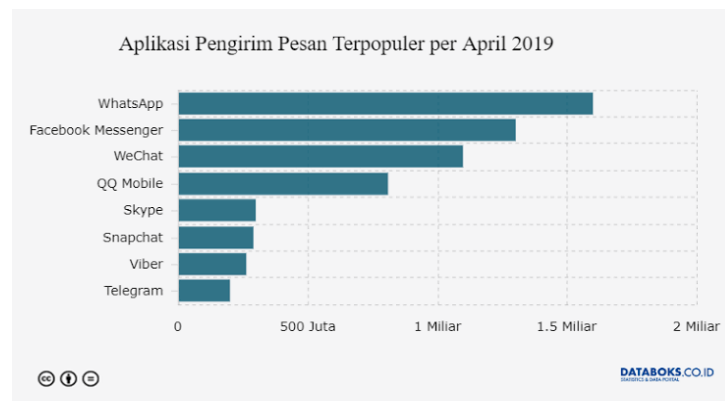
premium. berbagai proses perubahan dilakukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna aplikasi *Whatsapp*.⁵

Di indonesia sendiri, layanan chatting WhatsApp telah mencatatkan sebanyak 1,6 miliar pengguna Aktif Per April 2019. Jumlah tersebut meroket empat kali lipat dalam waktu tiga tahun sejak diakuisisi Facebook. Jumlah pengguna Whatsapp pun diprediksi akan terus meningkat, seiring meluasnya jangkauan Internet.⁶ Dari informasi tersebut bisa diperkirakan bahwa penggunaan *Whatsapp* telah mempengaruhi berbagai kalangan dan usia, semua itu disebabkan karna mayoritas masyarakat indonesia telah mengandalkan sebagian besar saluran informasi mereka melalui aplikasi *Whatsapp*.

Aplikasi *Whatsapp* telah menjadi salah satu media sosia terpopuler saat ini, terutama dalam saingan aplikasi pesan singkat whasap menduduki peringkat nomor satu aplikali instan massengger terbanyak pengguna aktif. Bagaimana tidak, banyak yang menyetujui dengan kehadirannya sangat menunjang ketajaman untuk memperoleh suatu informasi baik dari pemamfaatan sebagai media hiburan, media bisnis, bahkan dalam dunia pendidikan baik pada guru, siswa, dosen sampai mahasiswa khususnya mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh dimana mayoritas dari mereka semua telah memilih aplikasi *Whasapp* sebagai salah satu media sosia andalan mereka untuk memperoleh suati informasi.

⁵ Edi Suryadi dkk, 2018.” *Penggunaan Sosial Media Whatsapp Dan Pengaruhnya Terhadap Disiplin Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam*”. Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam Vol. 07/No.1

⁶Widyanto Gunadi, “5 medsos ini paling banyak diakses di Indonesia” [Online] tersedia di : <https://ekrut.com/media/5-medsos-ini-paling-banyak-diakses-di-indonesia> .[diakses.[24 Januari 2019].



Gambar 1.1

Grafik Pengguna aktif Bulanan Whatsapp di dunia (Mencapai 1,6 Miliar)⁷

Oleh karena itu, berawal dari realita tersebut penulis tertarik untuk menganalisis tentang penggunaan aplikasi Whatsapp yang saat ini telah menjadi salah satu aplikasi sosial media andalan Mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam berkomunikasi dengan mengkaji kualitas dari aplikasi Whatsapp berdasarkan hasil dari variabel-variabel *user experience* yang mereka tanggapinya.

Desain *user experience* aplikasi *mobile Whatsapp* menjadi menarik untuk dipelajari dan ditiru bagi pengembang pemula yang ingin membuat aplikasi media sosial. Dari analisa *user experience* aplikasi *mobile Whatsapp* dapat diketahui: *value* apa yang ditawarkan, menariknya *desirability* yang dirasakan, seperti apa strategi *adoptability* Whatsapp, dan tingkat *usability* yang dimiliki. Berangkat dari sini, penulis tertarik untuk membahas tentang elemen UX: *value*, *desirability*, *adoptabilty*, & *usability* pada aplikasi *mobile Whatsapp* dengan judul “ **Analisis User Experience Sebagai Kerangka Acuan Untuk Mengukur Kepuasan**

⁷ Sumber : databoks.co.id (2019), [Diakses 23 juli]

Pengguna Pada Aplikasi *Mobile Whatsapp* (Studi kasus Pada Mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat di rumuskan yaitu sebagai berikut:

1. Apakah variabel *value*, *desirability*, *adoptabilty*, dan *usability* Berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Whatsapp?
2. Varibel *user experience* manakah yang paling berperan penting dalam mencapai kepuasan pengguna pada aplikasi *mobile Whatsapp*.

C. Tujuan dan manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel *value*, *desirability*, *adoptabilty*, dan *usability* terhadap kepuasan pengguna whatsapp..
2. Mengetahui varibel *user experience* manakah yang paling berpengaruh dalam mencapai kepuasan pengguna pada aplikasi *mobile Whatsapp* bagi mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Adapun mamfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis tentang analisis *user experience* pada aplikasi *mobile Whatsapp*.

2. *Bagi pembaca*, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pengalaman yang bisa dipelajari dan ditiru bagi pengembang pemula yang ingin membuat atau mengembangkan aplikasi *mobile* sosial media sejenis.
3. Bagi dosen, sebagai informasi dalam menganalisa *user experience* pada aplikasi *mobile Whatsapp*.
4. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat membuat mahasiswa menjadi lebih terinspirasi dan lebih bijak dalam memanfaatkan sosial media *Whatsapp*.
5. Bagi universitas, dapat menjadikan referensi dalam mengembangkan karya media sosial serupa dan menjadi referensi karya ilmiah di Universitas.

dapat menjadi salah satu pengalaman yang bisa dipelajari dan ditiru bagi pengembang pemula yang ingin membuat atau mengembangkan aplikasi *mobile* sosial media sejenis.

D. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup hanya meliputi informasi seputar aplikasi *mobile Whatsapp*.

2. Informasi yang disajikan yaitu: Proses uji peningkatan kepuasan pengguna aplikasi *Whatsapp* menggunakan konsep *user experience* (*value*, *adoptabilty*, *desirability*, & *usability*) dalam meningkatkan kegunaan dan kesenangan yang diberikan dalam interaksi antara pengguna dan produk.

E. Kebaruan Penelitian

Beberapa penelitian sebelumnya hanya mencari pengaruh dan afektifitas penggunaan aplikasi *Whatsapp*, pengaruh penggunaan dan pemanfaatan aplikasi *Whatsapp*. sedangkan dalam penelitian ini saya menganalisis tentang pemahaman konsep *user experience* pada aplikasi *whatsapp* yang mengacu pada empat variabel UX yang bertujuan untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh pada kepuasan pengguna.

F. Penelitian Sebelumnya

1. Penelitian yang dilakukan Oleh Tikno mengungkapkan bahwa telah dilakukan penelitian Analisis Penerimaan Grup WhatsApp Sebagai Sarana Komunikasi dan Pembelajaran dari Perspektif Mahasiswa. Penelitian ini mengadopsi *Technologu Acceptance Model* (TAM) sebagai kerangka kerja penelitian dan mengujinya dengan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan SmartPLS v3.2.6. Sebanyak 122 responden dari mahasiswa Universitas X yang pernah menggunakan grup WA di kelasnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa di Universitas X untuk mau menggunakan grup WA sebagai media komunikasi dan pembelajaran dengan dosen. Penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi grup WA dapat diterima oleh mahasiswa karena

dirasa bermanfaat untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan pembelajaran antara dosen dan mahasiswa.⁸

2. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Ega mengungkapkan penelitian mengenai Evaluasi Kualitas *Website* Forum Diskusi *Online* Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan *Importance Performance Analysis*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui kualitas *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality* pada website forum diskusi online Dictio berdasarkan metode Webqual 4.0. Pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuisioner kemudian dilakukan analisis menggunakan analisis deskriptif dan metode importance performance analysis (IPA). Berdasarkan analisis *importance performance analysis* (IPA) menunjukkan bahwa hasil analisis kuadran pada variabel usability terdapat 1 indikator yang masuk pada kuadran I (prioritas utama), 2 indikator yang masuk pada kuadran II (pertahankan prestasi), 3 indikator masuk pada kuadran III (prioritas rendah), 2 indikator masuk pada kuadran IV. Dari hasil tersebut peneliti memberikan rekomendasi perbaikan bagi kualitas yang kurang baik yang dirujuk dari jurnal atau artikel ilmiah yang relevan.⁹
3. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Evangelos mengungkapkan penelitian tentang Perlu pemenuhan dan pengalaman di media sosial: Sebuah kasus di *Facebook* dan *WhatsApp*. metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

⁸ Tikno, "Analisis penggunaan Grup Whatsapp Sebagai Sarana dan pembelajaran dari Perspektif mahasiswa". Skripsi gelar sarjana 2017.

⁹ Ega Kusuma, "Evaluasi Kualitas Website Forum diskusi Online", Skripsi gelar sarjana 2017

pendekatan kuantitatif dan kualitatif analisis. Penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan, sementara perbedaan yang signifikan ditemukan di *selfreported* intensitas penggunaan *WhatsApp* dan *Facebook* untuk orang-orang melaporkan pengalaman memuaskan, dengan pelaporan pengguna *WhatsApp* intensitas penggunaan yang lebih tinggi.¹⁰

4. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Anni mengungkapkan penelitian berjudul “*Convenience or Nuisance?: The ‘WhatsApp’ Dilemma*”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis kuantitatif, yang terutama menggunakan kuesioner online, yang didistribusikan secara acak di antara mahasiswa Universiti Brunei Darussalam (UBD). Studi tersebut menemukan bahwa *WhatsApp* memberikan manfaat bagi para mahasiswa dalam hal mendiskusikan dan berbagi informasi yang berkaitan dengan masalah belajar, terlepas dari komunikasi sehari-hari mereka dengan keluarga, teman dan keluarga mereka.¹¹

¹⁰ Evangelos,” *Needs fulfillment and experience on social media: A case on Facebook and WhatsApp*”, *Jurnal Media* (2018)

¹¹ Anni, *Convenience or Nuisance?: The ‘WhatsApp’ Dilemma*”, *Jurnal UBD* (2014).

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. *User Experience (UX)*

Menurut definisi dari ISO , user experience adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. User Experience (UX) menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa. Sebuah prinsip dalam membangun UX adalah khalayak mempunyai kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (customer rule). Seberapa pun bagus fitur sebuah produk, sistem, atau jasa, tanpa khalayak yang dituju dapat merasakan kepuasan, kaidah, dan kenyamanan dalam berinteraksi maka tingkat UX menjadi rendah. Perkembangan dunia digital dan mobile menjadikan UX menjadi lebih complicated dan multidimensi. Kini seseorang dapat mengakses sebuah situs web dari berbagai piranti.

Pada tahun 2003, Steve Jobs menggugat pemahaman orang pada umumnya tentang *user experience design* (UXD). Kebanyakan orang berpikir bahwa desain adalah sesuatu yang kita lihat dan rasakan, bagi Steve Jobs, desain tidak sekedar cantik tapi harus bisa berfungsi dan bekerja. Beberapa tahun kemudian, Frank Guo menyederhanakan konsep *user experience* dengan membaginya dalam empat elemen fundamental, yaitu: *value*, *adoptability*, *desirability*, & *usability* (VADU).

1. *Value*

Value merupakan suatu nilai atau manfaat yang dapat diperoleh dari produk atau jasa yang dipertukarkan/dibeli. *Value* yang menurut persepsi konsumen layak dan pantas dengan biaya yang dikeluarkan akan memberikan kepuasan. *Value* adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dimiliki, digunakan, dikonsumsi, ataupun dinikmati guna memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan.

Dalam sebuah produk, benefit dari value diklasifikasikan dalam beberapa level. Ada yang membaginya menjadi tiga level, yaitu : *Core Value*, *Actual Product* dan *Augmented Product*. Ada yang membaginya menjadi lima level, yaitu : *Core Value*, *Basic Need*, *Expected Need*, *Augmented Benefit* dan *Potential Benefit*.¹²

2. *Adaptability*

Adaptability (kemampuan beradaptasi) adalah fitur dari suatu sistem atau proses. Kata ini telah digunakan sebagai istilah khusus dalam berbagai disiplin ilmu dan dalam operasi bisnis. Definisi kata tentang kemampuan beradaptasi sebagai istilah khusus sedikit berbeda dari definisi kamus. Menurut Andresen dan Gronau, kemampuan beradaptasi di bidang manajemen organisasi secara umum dapat dilihat sebagai kemampuan untuk mengubah sesuatu atau diri sendiri agar sesuai dengan perubahan yang terjadi. Dalam ekologi, kemampuan beradaptasi telah digambarkan sebagai kemampuan untuk mengatasi gangguan tak terduga di lingkungan.

¹² Arif Rahman, 2016. “*Apa definisi Value atau Nilai ?*” [Online] tersedia di : <http://arifindustri.lecture.ub.ac.id/opinions/op-value> . [Diakses 24 januari 2019].

Sehubungan dengan sistem dan proses bisnis dan manufaktur, kemampuan beradaptasi semakin dipandang sebagai faktor penting bagi efisiensi dan keberhasilan ekonomi mereka. Sebaliknya, kemampuan beradaptasi dan efisiensi dianggap bertentangan satu sama lain dalam sistem biologis dan ekologis, yang memerlukan pertukaran, karena keduanya merupakan faktor penting dalam keberhasilan sistem tersebut. Untuk menentukan kemampuan beradaptasi dari suatu proses atau sistem, harus divalidasi mengenai beberapa kriteria.¹³

3. *Desirability*

Desirability (keinginan) merupakan berkaitan dengan daya tarik emosi. Pengguna merasakan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan produk tertentu¹⁴. Jika dalam suatu sistem mampu membuat penggunaanya nya nyaman maka salah satu komponen dari ux sudah berhasil di peroleh oleh suatu produk atau sistem tersebut.

4. *Usability*

Konsep kebergunaan (*usability*) merupakan konsep dasar dari user experience. Konsep UX diuji oleh penggunaanya berdasarkan asas kebergunaan ini. *usability* mempertanyakan seberapa baik pengguna menggunakan sebuah fungsi, *utility* mempertanyakan apakah sebuah fungsi tetap dalam prinsip-prinsipnya.

Usability mempunyai beberapa komponen, yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors*, dan *satisfaction*. *Learnability* adalah sistem yang dibuat

¹³ Conrad, Michael (1983).” *Adaptability, the Significance of Variability from Molecule to Ecosystem*”. New York: Plenum Press.

¹⁴ School of Computer Science, 2014.”*Usability Vs User Experience*”. [Online] tersedia di : <http://socs.binus.ac.id/2015/09/18/usability-vs-user-experience/> [Diakses 24 Januari 2019].

haruslah mudah untuk dipelajari supaya pengguna dapat dengan cepat bekerja dengan sistem yang ada. Learnability dinilai berdasarkan tingkat profisiensi berbanding dengan waktu dan dapat dicatat dalam bentuk kurva pembelajaran (*learning curve*).¹⁵

Usability adalah Tingkat di mana produk atau sistem dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektivitas, efisiensi dan kepuasan dalam konteks penggunaan yang ditentukan.

Karakteristik ini terdiri dari sub karakteristik berikut:

- a. *Appropriateness recognizability*, Tingkat di mana pengguna dapat mengenali apakah suatu produk atau sistem sesuai untuk kebutuhan mereka
- b. *Learnability*, Tingkat di mana suatu produk atau sistem dapat digunakan oleh pengguna mencapai tujuan pembelajaran tertentu untuk menggunakan produk atau sistem dengan efektifitas, efisiensi, bebas dari risiko dan kepuasan dalam konteks penggunaan yang ditentukan.
- c. *Operability*, Tingkat di mana produk atau sistem memiliki atribut yang membuatnya mudah dioperasikan dan dikontrol.
- d. *User error protection*, Tingkat di mana sistem melindungi pengguna dari membuat kesalahan.

¹⁵ Mendiola B. , 2011. “*User Experience (Ux) Sebagai Bagian Dari Pemikiran Desain Dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual*” Jurnal HUMANIORA Vol.2 No.2

- e. *User interface aesthetics*, Tingkat di mana antarmuka pengguna memungkinkan interaksi yang menyenangkan dan memuaskan bagi pengguna.
- f. *Accessibility*, Tingkat di mana suatu produk atau sistem dapat digunakan oleh orang-orang dengan jangkauan terluas karakteristik dan kemampuan untuk.¹⁶

B. Kepuasan Pengguna

1. Perilaku Pengguna

Perilaku pengguna adalah studi tentang unit pembelian yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dan merupakan proses pertukaran yang dimulai dengan tahap perolehan, kemudian tahap konsumsi, dan berakhir dengan tahap disposisi produk atau jasa. Tahap perolehan berkaitan dengan pencarian dan penyeleksian barang atau jasa dan pada tahap konsumsi berkaitan dengan bagaimana para konsumen menggunakan barang atau jasa serta pengalaman yang diperoleh oleh para konsumen saat menggunakannya. Tahap disposisi mengacu pada apa yang dilakukan oleh para konsumen ketika mereka selesai menggunakannya. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian produk atau jasa.

Definisi perilaku pengguna menurut Kotler dan Keller adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk

¹⁶ Muhamad Harun, "Evaluasi Kualitas Perangkat Lunak Dengan Iso/Iec 25010:2011 (Study Kasus : Aplikasi First Aid Pada Platform Android)". (Jurnal Akrab Juara, Volume 3 Nomor 3 Edisi Agustus 2018 (53-61).

memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Peter dan Olson menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi antara pengaruh, pikiran, perilaku, dan kejadian di sekitar di mana manusia melakukan aspek pertukaran di antara individu dalam hidup mereka.¹⁷

Engel, Blackwell, dan Miniard menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh lingkungan. Konsumen atau pengguna hidup di dalam lingkungan yang kompleks. Perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi.
- b. Perbedaan individu. Perbedaan individu merupakan faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku konsumen atau pengguna. Faktor ini meliputi sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, serta kepribadian, gaya hidup, dan demografi.

Proses psikologis. Faktor ini terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut.

2. Pengertian Kepuasan Pengguna

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya. Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah

¹⁷ Peter, J. P., & J. C. Olson. (1999). *Consumer Behavior: "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I*. "(Terjemahan Yati Sumiharti). Jakarta: Erlangga.

membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapannya. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas.¹⁸

C. *Mobile Application (Aplikasi Mobile)*

Mobile application atau mobile apps adalah perangkat lunak yang berjalan pada mobile device (*ponsel, tablet, e-reader, iPod*) yang memiliki sistem operasi cerdas dan dapat terhubung ke internet melalui wifi atau jaringan nirkabel.

Mobile apps memungkinkan Anda untuk melakukan mobilitas dengan menggunakan perlengkapan seperti PDA, telepon seluler atau *handphone*. Dengan menggunakan aplikasi mobile, Anda dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain sebagainya.¹⁹

D. *Social Media (Media Sosial)*

Media sosial adalah alat komunikasi berbasis web yang memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain dengan berbagi dan mengonsumsi informasi.. Situs *web* dan aplikasi yang didedikasikan untuk forum, microblogging, jejaring sosial, social bookmarking, social curation, dan wikipedia termasuk di antara berbagai jenis media sosial. Mudahnya, media sosial merupakan situs di mana setiap orang bisa membuat webpage pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

¹⁸ Kotler dan Keller (2009 : 138139)

¹⁹ Gahran, A., 2011. "*What's a Mobile App?*". [online] Tersedia di: <<http://www.contentious.com/2011/03/02/whats-a-mobile-app/>> [Diakses juli 2019]

Media sosial fungsional umumnya tak lain sebagai sarana untuk mengakses berbagai informasi, ada berbagai macam media sosial yang dapat kita akses di dunia maya saat ini namun jenisnya bisa dikategorikan berbeda seperti halnya media sosial network dan Media sosial instant messenger. Dan dalam penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada kategori aplikasi pesan singkat saja.

1. Jenis – Jenis Media Soaial *Instant Messenger*

Aplikasi instant messenger merupakan perangkat lunak yang memfasilitasi pengiriman pesan singkat (*instant messaging*), suatu bentuk komunikasi secara langsung antara dua orang atau lebih menggunakan teks yang diketik.

a. Whatsapp

Whatsapp merupakan salah satu aplikasi chatting terbaik untuk kamu pengguna Android. Hal itu dibuktikan dengan jumlah pengguna yang sudah melebihi 60 juta orang. Cukup daftarkan nomor HP, *Whatsapp* akan otomatis menghubungkan kamu dengan kontak yang ada di nomor HP kamu. Terutama untuk bisa menikmati fitur chat dan beragam fitur seru lainnya tanpa memotong pulsa tetapi menggunakan koneksi internet.

b. BBM (*BlackBerry Messenger*)

Secara umum, BBM memiliki berbagai fitur yang wajib dimiliki aplikasi chatting. Satu keunggulan BBM adalah kemampuan mengirim broadcast message yang cepat dan mudah.

Hingga tahun 2019, BBM tercatat sudah diinstal lebih dari 12 juta pengguna Android.

c. Facebook Messenger

Facebook Messenger merupakan salah satu aplikasi yang memiliki fitur chatting dalam situs maupun aplikasi aslinya. Namun, menyadari betapa penting dan populernya aplikasi chatting bagi para pengguna smartphone, mereka akhirnya memutuskan untuk membuat aplikasi chatting terpisah yaitu *Facebook Messenger*.

Terhubung dengan akun *Facebook*, aplikasi yang sudah diinstal lebih dari 52 juta pengguna Android ini memungkinkan kita berkomunikasi dengan seluruh teman kita di media sosial milik Mark Zuckerberg tersebut.

d. Line

Aplikasi ini Menyediakan beragam fitur untuk chatting, termasuk banyaknya pilihan stiker lucu nan seru dijamin bikin aktivitas chatting kamu makin menyenangkan.

Di instal lebih dari 10 juta pengguna, aplikasi buatan *LINE Corporation* itu memang jadi salah satu aplikasi chatting paling populer.

e. Hangouts

Hangouts merupakan Salah satu aplikasi chatting terbaik ini diciptakan oleh raksasa teknologi, Google. Terintegrasi dengan Google+ dan tentunya juga dengan akun Google kamu, Hangouts menyediakan beragam fitur. Selain chatting, kamu bisa mengirim SMS/MMS dan melakukan *video call* dengan lancar.

f. Skype

Skype merupakan salah satu aplikasi chatting terbaik bukan hanya untuk Android, tapi nyaris seluruh perangkat yang kamu miliki. Diinstal lebih dari 10 juta pengguna Android, fitur seru yang disediakan menjadikan *Skype* lebih dari sekedar aplikasi chatting biasa.

g. WeChat

WeChat adalah aplikasi yang dirilis pada tahun 2011 lalu. Memiliki banyak fitur seru di samping untuk chatting, *WeChat* sudah memiliki lebih dari 5 juta pengguna yang menginstalnya melalui *Google Play Store*.

h. Telegram

Telegram adalah sebuah aplikasi layanan pengirim pesan instan multiplatform berbasis awan yang bersifat gratis dan nirlaba. Klien *Telegram* tersedia untuk perangkat telepon seluler (*Android*, *iOS*, *Windows Phone*, *Ubuntu Touch*) dan sistem perangkat komputer (*Windows*, *OS X*, *Linux*).

Meski sempat diterpa isu gak sedap, *Telegram* nyatanya masih jadi salah satu aplikasi chatting paling populer. Hal itu dibuktikan dengan jumlah pengguna aktif lebih dari 100 juta selama 2,5 tahun sejak perilisan pertama kali.

i. KakaoTalk

KakaoTalk merupakan Aplikasi yang dikenal dengan kecepatannya yang tinggi kala mengirimkan pesan. Ya, *KakaoTalk* juga

dikenal kerap memberikan voucher atau kupon untuk para pengguna sehari-harinya. Gak heran aplikasi ini digunakan lebih dari 150 juta orang.

j. BeeTalk

BeeTalk merupakan bagian dari aplikasi instant messenger sempat populer di Indonesia kala iklannya gencar beredar di berbagai media. Nyatanya, aplikasi ini memang layak disebut salah satu aplikasi chatting terbaik terlebih dengan banyaknya fitur seru di dalamnya.²⁰

E. Rincian Aplikasi Whatsapp

WhatsApp Messenger merupakan bagian dari sosial media. Sosial media merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya dapat saling berbagi berbagai macam konten sesuai dengan fitur pendukungnya.⁵ *WhatsApp Messenger* merupakan teknologi populer yang sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai alat pembelajaran. Al Saleem menambahkan bahwa dalam *WhatsApp Messenger* terdapat *Whatsapp Group* yang mampu membangun sebuah pembelajaran yang menyenangkan terkait berbagai topik diskusi yang diberikan oleh pengajar.

Keberadaan *WhatsApp Messenger* tidak terlepas dari keberadaan Net Gen atau generasi digital yang selalu menginginkan adanya pemutakhiran berbagai teknologi berbasis internet. Data empiris terkini dari Jafe dan Zane menunjukkan bahwa Net Gen memiliki kecenderungan belajar secara kolaboratif, tidak memiliki

²⁰ Tayomi dan Bkti, 2017, “*Analisis Live Forensics Untuk Perbandingan Aplikasi Instant Messenger Pada Sistem Operasi Windows 10*” e-Proceeding of Management Vol.2, No.3

respon yang baik terhadap cara pembelajaran ceramah, menginginkan informasi yang dapat mereka terima secara individu, dan senantiasa menginginkan berbagai macam materi pembelajaran yang dapat diakses dengan mudah melalui piranti teknologi.²¹

Aplikasi *whatsapp* merupakan yang paling menjamur di era sekarang ini, bahkan hampir semua masyarakat telah menggunakannya adalah aplikasi WhatsApp. Aplikasi yang jumlah penggunanya sudah bertambah banyak dari segala tingkat sosial.²² Dan sudah menyebar ke seluruh pelosok kehidupan, karena keunggulan nya yang semakin diperbaharui, membuat whatsapp semakin bertambah penggunanya dari hari ke hari dan menjadi aplikasi terdepan di saat ini.

1. Fitur-Fitur yang terdapat dalam Aplikasi WhatsApp

WhatsApp Messenger memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bantuan layanan internet. Fitur-fitur yang terdapat dalam Whatsapp yaitu :

- a. *Gallery* untuk menambahkan foto apa saja yang kita kehendaki.
- b. *Contact* untuk menyisipkan kontak siapa saja yang ingin kita simpan.
- c. *Camera* untuk mengambil gambar langsung dari aplikasi whatsapp.
- d. *Audio* untuk mengirim pesan suara baik dari durasi kerp pendek hingga durasi terpanjang.
- e. *Video call* untuk interaksi melalui video langsung.
- f. *Maps* untuk mengirimkan berbagai koordinat peta yang dapat membantu kita dalam perjalanan.

²¹ Jumiatmoko, "WhatsApp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat Dan Adab". Jurnal Wahana Akademika Volume 3 Nomor 1, April 2016.

²² Khusaini, Dkk. *Optimalisasi Penggunaan WhatsApp dalam Perkuliahan Penilaian Pendidikan Fisika*. Jurnal JRKPF UAD Vol.4 No.1 April 2017 hlm.2



Gambar 2.1. Fitur-Fitur Pada Aplikasi *Whatsapp*²³

Semua file tersebut dapat dalam sekejap dikirim melalui aplikasi gratis tersebut. Berbagai fitur tersebut tentu semakin menambah kemudahan dan kenyamanan berkomunikasi melalui media online.²⁴

F. Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler kepuasan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Menurut Oliver, kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.²⁵

G. Paradikma Penelitian

Penelitian ini memiliki empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Nilai (*Value*) sebagai variabel bebas pertama (X_1), Kemampuan Beradaptasi (*Adoptability*) variabel bebas kedua (X_2), Keinginan (*Desirability*) sebagai variabel bebas ketiga (X_3), Keinginan yang Terlaksana (*performed tasks*) sebagai variabel (X_4), dan kepuasan Pengguna sebagai variabel terikat (Y). Hubungan

²³ Sumber: <http://style.tribunnews.com> [Diakses 21 Mei 2019].

²⁴ Petitjean dan E. Morel. 2017. "Hahaha": *Laughter as a resource to manage WhatsApp conversations*, Journal of Pragmatics.

²⁵ (dalam Supranto, 2008).

variabel bebas dan variabel terikat tersebut dapat dilihat melalui paradigma sebagai berikut:

Keterangan:

X_1 : Variabel Nilai (*value*)

X_2 : Variabel kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)

X_3 : Variabel keinginan (*Desirability*)

X_4 : Variabel Kegunaan (*Usability*)

Y : Variabel kepuasan Pengguna (*Satisfactoin*)

—→ : Pengaruh secara parsial

-----→ : Pengaruh secara simultan

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan deskripsi teoritis, hasil-hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

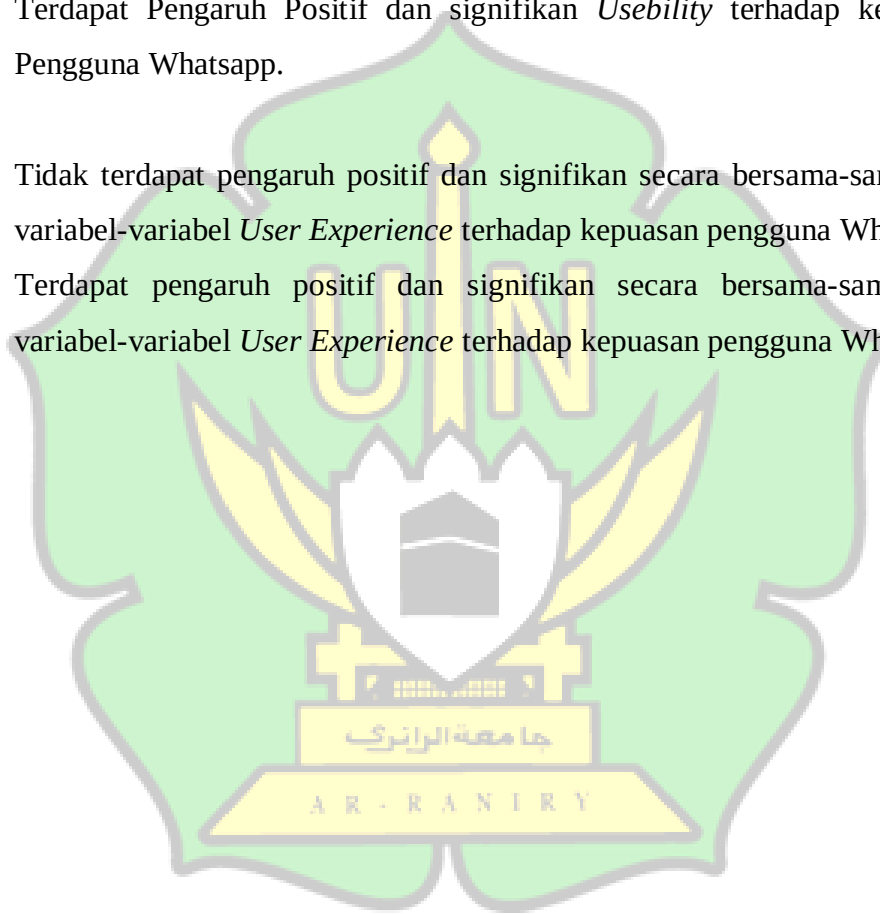
H_{10} : Tidak terdapat Pengaruh Positif dan signifikan Nilai (*Value*) terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.

H_{1a} : Terdapat Pengaruh Positif dan signifikan Nilai (*Value*) terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.

H_{20} : Tidak terdapat Pengaruh Positif dan signifikan *Adaptability* terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.

H_{2a} : Terdapat Pengaruh Positif dan signifikan *Adaptability* terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.

- H₃₀ : Tidak terdapat Pengaruh Positif dan signifikan *Desirability* terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.
- H_{3a} : Terdapat Pengaruh Positif dan signifikan *Desirability* terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.
- H₄₀ : Tidak terdapat Pengaruh Positif dan signifikan *Usebility* terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.
- H_{4a} : Terdapat Pengaruh Positif dan signifikan *Usebility* terhadap kepuasan Pengguna Whatsapp.
- H₅₀ : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel-variabel *User Experience* terhadap kepuasan pengguna Whatsapp.
- H_{5a} : Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel-variabel *User Experience* terhadap kepuasan pengguna Whatsapp.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kasiram dalam Sujarweni, mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah suatu proses menggunakan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variable. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variable-variable dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.²⁶

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah menggunakan Aplikasi WhatsApp pada angkatan masing-masing mahasiswa.

²⁶ Sujarweni, “*Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*”, Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Vol. 15 No. 1 (2014).

C. Waktu Dan Tempat penelitian

Adapun Rencana tempat dan waktu penelitian yang akan dilaksanakan peneliti yaitu bulan Januari sampai Juni 2019 di Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh yang terletak di jl.Syeikh Abdul Rauf, Syiah Kuala, Kopelma darussalam, Banda Aceh.

D. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpilannya²⁷. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa PTI FTK Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Tabel 3.1

Data Jumlah mahasiswa Prodi PTI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.²⁸

No.	Angkatan	Jumlah Populasi
1.	2014	70
2.	2015	85
3.	2016	108
4.	2017	191
5.	2018	126
Jumlah		580

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:PT Rineka Cipta,2006), hal 130.

²⁸ Sumber : <http://siakad.ar-raniry.ac.id/prodi>. (Diakses 23 Februari 2019).

Berdasarkan jumlah ke lima angkatan mahasiswa Prodi PTI UIN Ar-Raniry tersebut, ke lima angkatan tersebut sudah diuji homogenitas dan normalitasnya.

Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2. Mahasiswa Prodi PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
4. Sedang menempuh studi angkatan 2014 sampai dengan semester 2018.
5. Menggunakan aplikasi *Whatsapp*.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.²⁹

E. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *nonprobabilitas* sampling yaitu *Quota Sampling*. *Quota Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan periset. Periset menentukan jumlah tertentu untuk setiap strata lalu menentukan siapa orang-orang yang memenuhi kriteria sampai jumlah yang ditentukan terpenuhi.³⁰

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin .

²⁹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Ramaja Posdakarya, 2014) hal 144

³⁰ Hilda Farida, “*Pengaruh Whatsapp Terhadap Perilaku Tertutup Mahasiswa*” Skripsi gelar sarjana 2015.

Rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

n : Besaran sampel

N : Besaran populasi

E : Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persenkelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel) yaitu sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%.³¹

$$n = \frac{580}{1 + 580 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{580}{580 (0.0025) + 1}$$

$$n = \frac{580}{1.45 + 1}$$

$$n = \frac{580}{2,45}$$

N = 236,73 dibulatkan menjadi 237

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh ukuran sampel sebesar 237 mahasiswa.

³¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan...* hal 134.

F. Sumber Data dan Variabel Penelitian

Menurut Burhan Bungin, data adalah “bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian”.³² Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti atau petugas-petugasnya dari sumber pertamanya.³³ Data ini tidak tersedia karena memang belum ada riset atau penelitian sejenis yang pernah dilakukan. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan.³⁴ Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi dokumen-dokumen, catatan kuliah, situs internet, jurnal, arsip-arsip dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder yang diperoleh merupakan gambaran umum tentang variabel penelitian, jumlah sampel mahasiswa, data-data yang berkaitan dengan tema penelitian.

³² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008) hal 119

³³ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998) hal 84

³⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999) hal 88

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data berupa primer dan sekunder. Dari judul penelitian “Analisis *User Experience* Sebagai Kerangka Acuan Untuk Mengukur Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Mobile Whatsapp (Studi kasus Pada Mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh)” maka jenis variabel penelitian sebagai berikut :

1. Variabel dependent (Y)

Variabel dependent atau variabel tergantung adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.³⁵

Y : Kepuasan Pengguna

2. Variabel independent (X)

Variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).

X₁ = Nilai (*Value*)

X₂ = Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)

X₃ = keinginan (*Desirability*)

X₄ = Kegunaan (*Usability*)

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai teknik pengukuran dengan skala tertinggi ditiap pertanyaan adalah 4 skala dan skala terendah adalah 1.

Dalam penelitian ini penulis memilih skala yang dimaksud agar data yang didapa lebih akurat. Sebagaimana menurut hadi, modifikasi Skala likert 4 skala

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hal 39

untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung oleh skala lima tingkat, dengan alasan yang dikemukakan seperti dibawah ini :

Modifikasi skala *Likert* meniadakan kategori jawaban yang ditengah berdasarkan tiga alasan:

1. Kategori *Undeciden* itu mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya), bisa juga diartikan netral, setuju tidak, tidak setuju pun tidak, atau bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban ganda arti (*multi interpretable*) ini tentu saja tidak diharapkan dalam suatu instrumen.
2. Tersedianya jawaban yang ditengah itu menimbulkan jawaban ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban itu akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau para responden.³⁶

Skor 1 = Sangat (tidak setuju / buruk / kurang sekali)

Skor 2 = Tidak (setuju / baik /) atau kurang.

Skor 3 = Setuju (Netral / cukup)

Skor 4 = sangat (Setuju, baik , suka)

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

³⁶ Hadi, Sutrisno. 1991. *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah ssuatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Instrumen penelitian digunakan sebagai alat untuk mendapatkan data penelitian yang dibutuhkan.³⁷ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument penelitian berupa soal angket/kuisisioner untuk mengetahui variabel apa yang dianggap paling penting oleh responden dari layanan aplikasi *Whatsapp*.

Instrumen Penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah, Adapun instrumen yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah lembar angket.

1. Lembar Angket

Angket merupakan suatu instrumen pengumpulan dengan menggunakan sejumlah pertanyaan yng telah dipesiapkan secara tertulis dan diberikan kepada mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry. Angket yang disusun sesuai dengan masalah yang sedang diteliti, dalam hal ini angket yang angket yang digunakan adalah Skala Liker yang berupa pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk multiple choice tentang *user experience* pada aplikasi *mobile whatsapp* dengan 33 item pernyataan. Angket ini diberikan pada saat ada waktu luang mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

³⁷ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*”, (Bandung: CV. ALFABETA, 2009), hal 148.

Adapun berdasarkan variable penelitian maka, instrument penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3.2. Instrumen Penelitian³⁸

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Angket
Nilai/Value (X₁)	Keberfungsian produk (<i>product's fuctionality</i>)	Aplikasi ini memberikan fungsi komunikasi yang lengkap dan lancar.	1
		Berbagai fungsi dari aplikasi ini terintegrasi (terpadu) dengan baik.	2
		Semua sistem informasi pada whatsapp memenuhi kebutuhan komunikasi saya	3
	Fitur produk (<i>product's features</i>)	Semua fitur-fitur yang tersedia dapat di dijalankan dengan baik tanpa error.	4
		Fitur yang tersaji terlihat simpel dan tidak membingungkan.	5
Kemampuan Beradaptasi /Adoptability (X₂)	Kredibilitas / Kualitas (<i>credibility</i>)	Kondisi pengoprasian akses informasi berjalan dengan baik dan lancar.	6
		Pengaturan privasi bisa di atur sesuai keinginan pengguna.	7
		Komunikasi masih bisa di akses meskipun sisa kuota internet sudah melemah.	8
		Keamanan dan privasi whasapp terenkripsi secara <i>end-to-end</i> sehinnga informasi milik kita tidak dapat dilihat oleh pihak whatsapp dan orang ketiga.	9
		Whatsapp jarang mengalami gangguan karena masalah server whatsapp.	10

³⁸ Guo, F., 2012. More Than Usability: “The Four Elements of User Experience”, Part I.

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Angket
	Kemudahan Akses (<i>easy to access</i>)	Situs jejaring sosial whatsapp memiliki akses yang mudah untuk digunakan.	11
		Saya lebih mudah memperoleh informasi dari kerabat maupun siapa saja dengan whatsapp dibandingkan dengan aplikasi lain.	12
Keinginan / Desirability (X₃)	Desain Visual yang Inovatif (<i>innovative visual design</i>)	Konten aplikasi disajikan dengan jelas.	13
		Grafis yang digunakan pada aplikasi pas, tidak berlebihan.	14
		Desain, simbol, ikon dan label cukup relevan.	15
	Menyenangkan (<i>enganging</i>)	Snape/story yang selalu update membuat saya tidak pernah merasa bosan menggunakan aplikasi ini.	16
		Saya merasa senang bermedia sosial dengan aplikasi ini karena dapat berkomunikasi dengan lancar.	17
		Konten tanpa iklan membuat saya nyaman menggunakan aplikasi ini.	18
	Keinginan yang Terlaksana (<i>performed tasks</i>)	Saya dapat bermedia sosial secara efektif menggunakan aplikasi ini.	19
		Aplikasi ini berguna dalam kegiatan bermedia sosial saya.	20
Kegunaan / Usability (X₄)	Kemudahan dipelajari (<i>learnability</i>)	Saya mudah mengingat bagaimana cara menggunakannya.	21
		Tidak banyak hambatan untuk menggunakannya.	22
		Tidak sulit dan sangat mudah dimengerti sekalipun untuk pemula.	23
	Kemudahan menemukan Konten (<i>content discoverability</i>)	saya mudah menemukan semua konten yang saya butuhkan.	24
		Saya mudah menemukan informasi yang dibutuhkan dalam aplikasi.	25

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Angket
		Struktur pada menu dan halaman dapat ditemukan dengan mudah.	26
Kepuasan / Satisfactoin (Y)	Kepuasan Pengguna Secara Keseluruhan	Saya Merasa puas berkomunikasi selama menggunakan aplikasi whatsapp.	27
		Sayabelum pernah cewa selama menggunakan aplikasi whatsapp	28
		Saya merasa puas dengan semua jenis komunikasi yang telah disajikan oleh whatsapp.	29
	Kualitas Pelayanan	Saya Merasa puas dengan layanan aplikaisi sesuia dengan yang diharapkan.	30
		Sistem layanan privasi end-to-end sangat menjaga kepercayaan saya pada apliakasi ini.	31
	Kualitas Produk (Y)	Saya merasa puas dengan kualitas whatsapp sesuai dengan yang di harapkan.	32
		Sampai sekarang whatsapp masih konsisten dalam menjaga kualitas sistem nya tanpa iklan dan gratis.	33

H. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua tahap pengujian. Pengujian pertama yaitu pengujian ketepatan alat ukur (pernyataan kuesioner) sehingga disebut valid. Kemudian pengumpulan data ini dilanjutkan dengan pengujian kedua yaitu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur (jawaban responden) dapat dipercaya. Seluruh pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dikembangkan dari indikator setiap variabel. Kuesioner disebarkan secara online kepada 327 responden. Data kuesioner akan diambil dengan mempersilahkan responden mengisi kuesioner yang telah tersedia. Pengambilan data dilakukan untuk menunjang hasil dari analisis.

1. Metode Angket atau Kuesioner

Angket adalah suatu daftar pertanyaan tertulis yang terinci dan lengkap yang harus dijawab oleh respon tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui.³⁹ Angket Respon Mahasiswa diberikan pada waktu luang harian. Angket respon mahasiswa bertujuan untuk mengetahui pendapat mahasiswa mengenai Forum diskusi online menggunakan aplikasi *WhatsApp*. Angket yang diberikan berupa soal-soal yang berkaitan dengan *user experience* pada aplikasi *mobile WhatsApp* berjumlah 33 item pertanyaan yang bersifat positif

2. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam dua tahap. Pertama untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah valid. Pengujian dilakukan dengan mengisi kuesioner dengan 33 pernyataan berdasarkan user

³⁹ Masidjo, *Penilaian Pencapaian Hasil Belajar siswa Di sekolah*, (Yogyakarta: Kanistus, 1995), hlm. 70

experience. Pengujian awal dilakukan terhadap 37 orang pengguna mobile *Whatsapp* pada mahasiswa berstatus mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Karakter ini dipilih dengan pertimbangan bahwa usia pengguna internet di Indonesia 1827 tahun yang prosentasenya mencapai hampir setengah dari penduduk Indonesia yaitu 49% . Dapat dikatakan pengguna internet terbesar di negara Indonesia adalah mereka yang termasuk ke dalam generasi millennial di mana generasi ini adalah generasi yang lahir pada saat internet lahir. Responden akan dicari sesuai dengan rentan angkatan/usia yang telah dicantumkan di mana responden yang akan diambil datanya merupakan mahasiswa Prodi PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Tahapan kedua yaitu melakukan pengujian terhadap jawaban responden. Ini untuk memastikan bahwa jawaban tersebut dapat dipercaya. Pengujian dilakukan dengan mengisi kuesioner dengan 30 pernyataan *berdasarkan user experience*. Pengujian kedua ini dilakukan terhadap mahasiswa pengguna mobile *Whatsapp* dengan rentan angkatan/usia yang sama seperti pengujian sebelumnya yaitu angkatan 2015-2018 atau berstatus mahasiswa Prodi PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

I. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Angket atau kuesioner penelitian harus diuji terlebih dahulu sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya instrumen tersebut digunakan untuk penelitian.

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas dan kesahihan suatu instrumen dalam pengumpulan data.⁴⁰ Jumlah anggota yang digunakan dalam uji coba instrumen ini adalah 37 orang. Untuk mengetahui valid tidaknya instrumen dalam penelitian ini dengan cara mengkorelasikan antara skor masingmasing butir pertanyaan dengan skor total korelasi Product Moment yang dikemukakan oleh Pearson.

Skala pengukurannya menggunakan nilai Corrected Item-Total Correlation. Ketentuannya sebagai berikut:

- Jika nilai corrected item-total correlation $> r$ standar maka seluruh item pernyataan merupakan valid
- Jika nilai corrected item-total correlation $< r$ standar maka seluruh item pernyataan merupakan tidak valid.

Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid jika harga r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel. Jika harga r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir instrumen tidak valid. Diketahui N sebesar 37 dengan taraf signifikansi 5% maka r tabelnya adalah sebesar 0,374 (r tabel terlampir). Dengan demikian, butir instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi Product Moment r hitung $\geq 0,374$.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 8.

b. Uji Reabilitas Instrumen

Reliabilitas berasal dari kata reliability asal katanya adalah rely (percaya) dan ability (kecakapan atau kepandaian). Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika dapat dipercaya dan mampu mengungkapkan data, karena instrumen tersebut sudah baik ⁴¹.

Instrumen dikatakan reliabel apabila dapat dipercaya untuk mengungkapkan variabel yang diteliti. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Relatif sama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara beberapa hasil kali pengukuran. Bila perbedaan dari waktu ke waktu cukup besar maka dianggap tidak reliabel (tidak dapat dipercaya) karena tidak bersifat tetap atau ajeg.

Dalam penganalisaan uji ini penulis menggunakan bantuan SPSS versi 24.0 for windows.

untuk mengetahui interpretasi nilai r_{hitung} mengacu pada pendapat Guilford dalam Asep Jihad dan Abdul Haris pada tabel berikut⁴²:

⁴¹ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal 178.

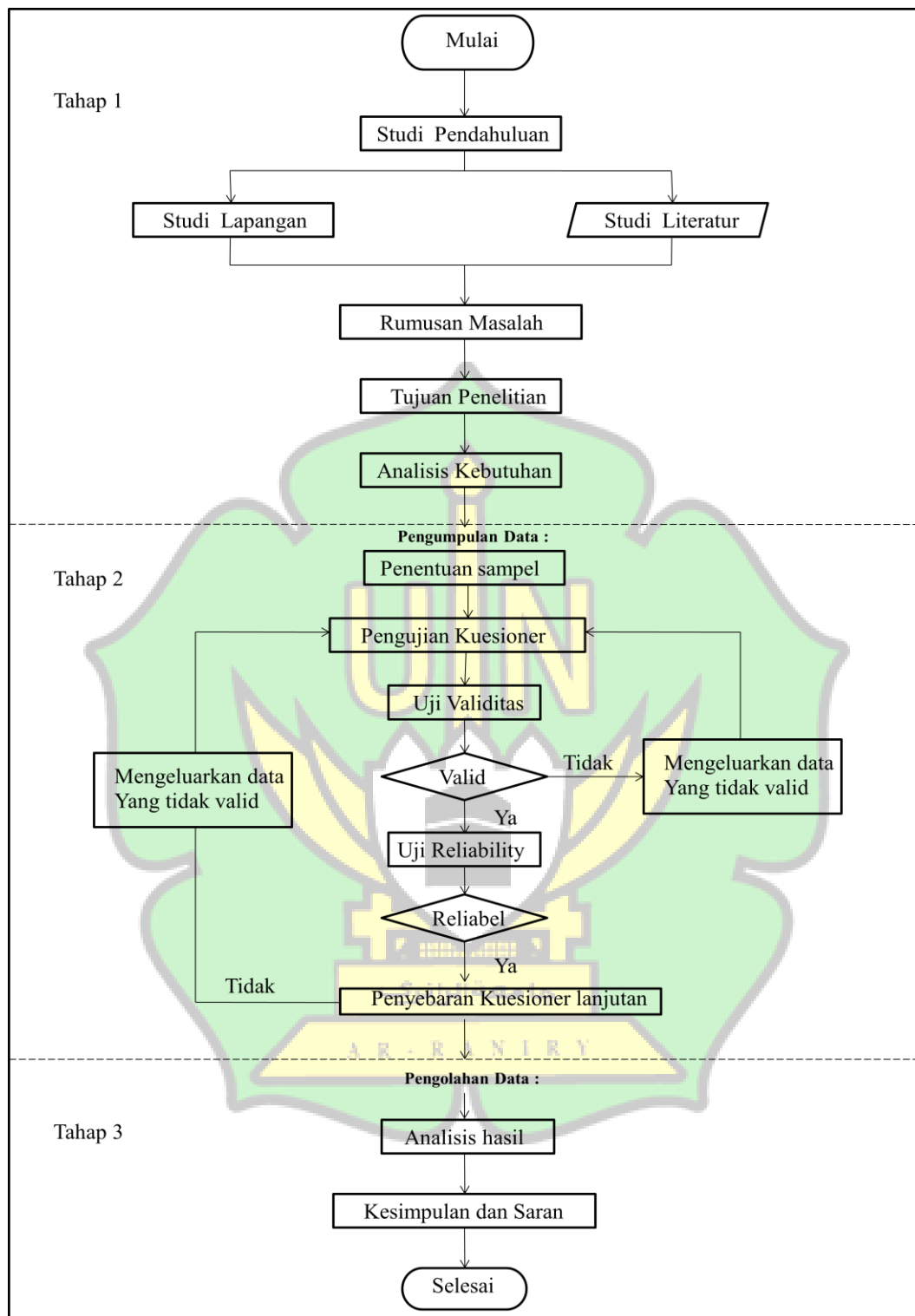
⁴² Asep Jihad, dkk, *Evaluasi Pembelajaran*, (Yogyakarta: Multi Pressindo, 2008), hal 181.

Tabel 3.3 katagori Interpretasi Tingkat Reliabilitas

r hitung	Katagori
$r \leq 0,20$	sangat rendah
$0,20 < r < 0,40$	Rendah
$0,40 < r < 0,70$	Sedang
$0,70 < r < 0,90$	Tinggi
$0,90 < r < 1,00$	sangat tinggi

J. Rancangan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah diuraikan dalam Bab 1, penelitian ini akan menguji kebutuhan yang dianggap paling penting oleh responden dari layanan Aplikasi. Pada awalnya akan dilakukan studi literatur dan akan dilanjutkan pada analisis kebutuhan. Setelah itu akan dilakukan pengumpulan data dan berikutnya pengolahan data. Setelah itu, maka akan dilanjutkan pada analisis dan usulan perbaikan. Tahapan tersebut jika dijadikan diagram Flowchart, maka dapat dilihat dalam Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Flowchart Kerangka Kerja Penelitian⁴³

⁴³ Sumber : Diolah oleh penulis, 2019.

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan meliputi latar belakang dari penelitian dan survey dengan pihak Staf prodi PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Studi pendahuluan terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Studi Lapangan

Studi lapangan meliputi penelitian, pengumpulan data yang berhubungan dengan Jumlah populasi mahasiswa kepada pihak manajemen yang dapat mendukung penyusunan penelitian.

b. Studi literatur

Studi literatur sebagai dasar untuk memperoleh referensi yang terkait dengan topik yang mendukung penyelesaian masalah pada penelitian ini. Studi literatur diperoleh melalui paper, jurnal, buku dan penelitian tentang topik yang sama yaitu berhubungan dengan user experience mobile yang telah dilakukan sebelumnya. Studi literatur yang digunakan dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam melakukan penelitian.

2. Rumusan Masalah

Langkah ini merupakan langkah awal penelitian, dimulai dari mencari informasi yang dibutuhkan pada saat penelitian. Langkah selanjutnya menetapkan tujuan penelitian, kemudian mengidentifikasi atribut kedalam lima dimensi kualitas jasa. Langkah selanjutnya, melakukan pengumpulan dan pengolahan data, serta analisis data penelitian.

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk Mengetahui kualitas *user experience* pada aplikasi *Whatsapp mobile* dan Mengetahui variabel *user experience* manakah yang paling berpengaruh dalam mencapai kepuasan pengguna aplikasi *mobile Whatsapp*. Hasil tujuan dari penelitian ini diharapkan diharapkan dapat menjadi salah satu pengalaman yang bisa dipelajari dan ditiru bagi pengembang pemula yang ingin membuat atau mengembangkan aplikasi *mobile* sosial media sejenis.

4. Analisis Kebutuhan

Pada fase ini, dilakukan penelitian rincian kebutuhan berupa informasi tentang kuesioner yang akan digunakan mencakup empat variabel UX karena pada kuesioner tersebut merupakan gabungan dari pernyataan-pernyataan yang dibutuhkan yang mewakili empat variabel. Kemudian langkah berikutnya yaitu menentukan responden yang tepat serta jumlah responden yang dibutuhkan untuk pengujian instrumen penelitian.

Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan dua tahapan uji. Pengujian pertama dilakukan dengan uji validitas. Pengujian kedua, dilakukan dengan uji reliabilitas. Jumlah responden pada uji validitas adalah 37, dan dilanjutkan dengan uji reliabilitas pada sisa 200 orang. Pemilihan partisipan ini dipilih berdasarkan responden yang merupakan representatif yaitu perwakilan dari mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua tahap pengujian. Pengujian pertama yaitu pengujian ketepatan alat ukur (pernyataan kuesioner) sehingga disebut valid. Kemudian pengumpulan data ini dilanjutkan dengan pengujian kedua yaitu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur (jawaban responden) dapat dipercaya. Seluruh pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dikembangkan dari indikator setiap variabel. Kuesioner disebarkan secara online kepada 237 responden. Data kuesioner akan diambil dengan mempersilahkan responden mengisi kuesioner yang telah tersedia. Pengambilan data dilakukan untuk menunjang hasil dari analisis.

Data yang diperlukan pada tahap pengumpulan data, meliputi data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari kuesioner terbuka dan tertutup yang disebarkan kepada responden. Data sekunder terdiri dari jumlah populasi mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Langkah yang dilakukan untuk pengumpulan data tersebut, adalah sebagai berikut:

a. Identifikasi Responden

Identifikasi responden merupakan responden yang telah menggunakan Aplikasi Whatsapp dan merupakan mahasiswa PTI dari angkatan 2014-2018. Identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, dan angkatan periode studi. Penggolongan responden tersebut bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden sebagai objek penelitian.

6. Pengujian Kuesioner

Pengujian kuesioner dilakukan dalam dua tahap. Pertama untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah valid. Pengujian dilakukan dengan mengisi kuesioner dengan 33 pernyataan berdasarkan user experience. Pengujian awal dilakukan terhadap 37 orang pengguna mobile Whatsapp dengan jenjang studi angkatan 2015-2018 sampai berstatus mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Responden akan dicari sesuai dengan jenjang studi yang telah dicantumkan di mana responden yang akan diambil datanya merupakan mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Tahapan kedua yaitu melakukan pengujian terhadap jawaban responden. Ini untuk memastikan bahwa jawaban tersebut dapat dipercaya. Pengujian dilakukan dengan mengisi kuesioner dengan pernyataan berdasarkan user experience. Pengujian kedua ini dilakukan terhadap 237 orang pengguna mobile Whatsapp dengan rentan usia yang sama seperti pengujian sebelumnya yaitu antara 18-25 tahun atau berstatus mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas dan kesahihan suatu instrumen dalam pengumpulan data.⁴⁴ Suatu soal dikatakan valid apabila sudah divalidasi oleh validator asli.

⁴⁴ Suharsismi Arikunto, "Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018)", Hal.8.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah ketetapan suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap.⁴⁵ Reabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

7. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dari tiap atribut. Setelah itu dicari rata-rata keseluruhan parameter tiap-tiap indikator yang ada didalamnya. Data dari kuesioner akan dihitung rata-ratanya melalui nilai Skala Likert pada kuesioner. Setelah itu, dilakukan pencarian nilai tertinggi pada tiap-tiap atributnya. Nilai ini akan menentukan setiap variabel UX, yang merupakan faktor penyebab sebuah aplikasi mobile media sosial menjadi populer dari sisi pengalaman pengguna (UX).

8. Analisis Hasil

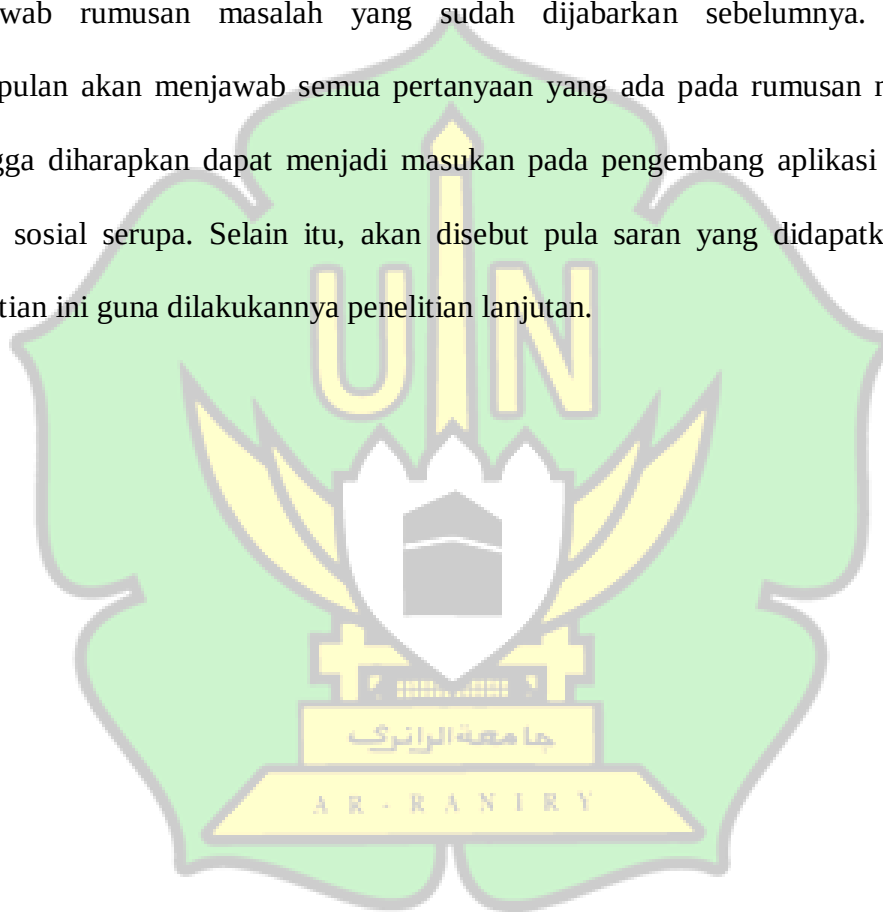
Pada fase ini, penulis akan melakukan analisis hasil dari data kuesioner untuk mendapatkan respon positif dan negatif dari responden. Tanggapan negatif dilihat dari banyaknya jawaban Tidak Setuju (1) dan Sangat Tidak Setuju (2). Tanggapan positif dilihat dari seberapa banyak jawaban Setuju (3) dan Sangat Setuju (4). Jawaban Setuju yang terbanyak akan menunjukkan indikator mana yang paling berpengaruh dalam sebuah variabel UX. Dari hal tersebut, kemudian

⁴⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2010), h.221.

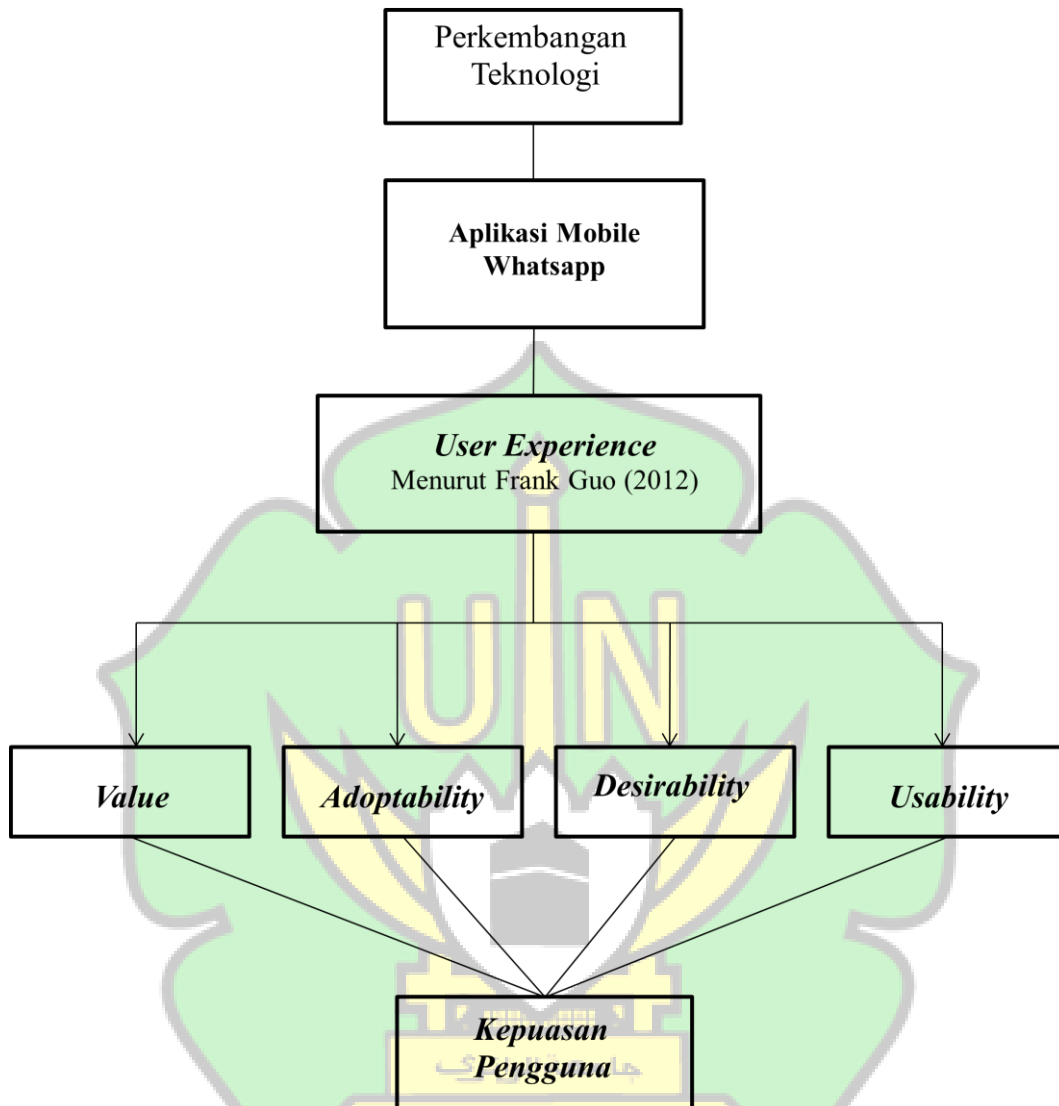
akan ditemukan dua variabel terpenting dalam user experience aplikasi mobile Whatsapp.

9. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari akhir penelitian ini dan diharapkan kesimpulan yang dihasilkan dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya. Dalam kesimpulan akan menjawab semua pertanyaan yang ada pada rumusan masalah sehingga diharapkan dapat menjadi masukan pada pengembang aplikasi mobile media sosial serupa. Selain itu, akan disebut pula saran yang didapatkan dari penelitian ini guna dilakukannya penelitian lanjutan.



10. Kerangka Pikir



Gambar 03. Bagan Kerangka pikir⁴⁶

⁴⁶ Sumber : diolah oleh penulis, 2019.

K. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui dan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan masing-masing variabel, yaitu variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Cafe. Penyajian data pada analisis deskriptif dalam penelitian ini dijabarkan dalam bentuk persentase, yaitu menggambarkan hasil yang diperoleh berdasarkan taksiran persen. Analisis deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi perhitungan mean atau rerata (M), median (Me), dan modus (Mo), dan standar deviasi. Selain itu, data juga digambarkan dengan tabel distribusi frekuensi, tabel kecenderungan masing-masing variabel, dan pie chart.

a. Mean, Median, Modus, dan Standar Deviasi

Untuk mengetahui mean, median, modus, dan standar deviasi menggunakan bantuan program komputer.

1) Menghitung rentang data

$$R = X_t - X_r$$

Keterangan:

R : rentang data

X_t : data terbesar dalam kelompok

X_r : data terkecil dalam kelompok

2) Menghitung panjang kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

2. Tehnik Analisis Data

Analisa data adalah membandingkan dua hal atau dua nilai variabel untuk mengetahui selisihnya atau rasionya kemudian diambil kesimpulannya. Analisis data bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah penelitian, memperlihatkan hubungan antara fenomena yang terdapat dalam penelitian, memberikan jawaban terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian dan bahan untuk membuat kesimpulan serta implikasinya dan saran-saran yang berguna untuk kebijakan penelitian selanjutnya⁴⁷

Penganalisaan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa data kuantitatif. Teknik analisis data yang bersifat kuantitatif menggunakan statistik, sehingga analisis ini dapat disebut statistik analisa atau statistik inferial. Djarwanto dan Subagyo dalam Agus Eko S. menyatakan statistik inferial adalah bidang ilmu pengetahuan statistik yang mempelajari tata cara penarikan kesimpulan mengenai keseluruhan populasi berdasarkan data yang ada dalam suatu bagian dari populasi tersebut (disebut sampel)⁴⁸.

⁴⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data dan Penelitian Dengan Statistik*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hal 29.

⁴⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2007), hal 6.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier merupakan analisis yang bertujuan untuk menentukan model yang paling sesuai bagi pasangan data serta dapat digunakan untuk membuat model dan menyelidiki hubungan antara dua variabel atau lebih.⁴⁹

Analisis regresi dapat diartikan sebagai studi ketergantungan satu variabel terikat pada satu atau beberapa variabel bebas yang dapat mempengaruhinya. Fungsi regresi adalah aturan yang menentukan besarnya pengaruh perubahan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini menggunakan variabel lebih dari dua maka menggunakan analisis regresi ganda. Analisis regresi ganda adalah suatu metode analisis regresi untuk lebih dari dua variabel, karena itu termasuk analisis multivariate⁵⁰. Untuk menganalisa regresi ganda , menuliskan persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut.

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependent (nilai yang diprediksikan)

X_1, X_2, X_3 dan X_n = Variabel independen

a = konstanta

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)⁵¹

⁴⁹ Teguh Wahyono, *Belajar Sendiri SPSS 16*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008) hal 130.

⁵⁰ Nida'ul Khasanah, *Pengaruh Sikap Belajar Siswa dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar IPS SMP Muhammadiyah 10 Surakarta Tahun Ajaran 2008/2009*, (skripsi tidak diterbitkan).

⁵¹ Teguh Wahyono, *Belajar Sendiri SPSS 16*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008) hal 130.

Sama halnya dengan penelitian ini, pada penelitian ini ada satu variabel dependen yaitu prestasi belajar (Y), dengan dua variabel independen yaitu nilai (X₁) Kemampuan beradaptasi (X₂), keinginan (X₃) dan Kegunaan (X₄) Berdasarkan rumus diatas maka persamaan regresi yang akan dibuat dari penelitian ini adalah:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pengguna (variabel dependen)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi dari Nilai

b₂ = Koefisien regresi dari Kemampuan beradaptasi

b₃ = Koefisien regresi dari keinginan

b₄ = Koefisien regresi dari keinginan yang terlaksana

X₁ = Nilai (Value)

X₂ = Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)

X₃ = keinginan (*Desirability*)

X₄ = Kegunaan (*Usability*)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS versi 24.00 untuk mendapatkan Ringkasan Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

b. Uji Prasyarat Analisis

Pengujian prasyarat analisis yang digunakan meliputi: uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji homogenitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Untuk mengetahui normalitas variabel dengan melihat nilai Asymp. Sig. Apabila nilai Asymp Sig lebih dari atau sama dengan 0,05 (taraf signifikansi 5%) maka data berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai Asymp Sig kurang dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal .

Jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti distribusi normal.

Jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti distribusi tidak normal.⁵²

Dalam penelitian ini penulis menguji normalitas data menggunakan program *SPSS versi 24.00 for window*.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan yang linear atau tidak. Untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear atau tidak, maka dapat dilihat pada harga signifikansi. Apabila harga signifikansi kurang dari taraf

⁵² Iqbal Hasan, *Analisis Data dan Penelitian Dengan Statistik*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hal 32

signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka hubungannya bersifat tidak linear, sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan 5% maka hubungannya bersifat linear.

Dalam penelitian ini penulis menguji Linearitas data menggunakan program *SPSS* versi 24.00 *for window*.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas atau tidak dapat digunakan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF lebih dari 4 maka terjadi multikolinearitas

Dalam penelitian ini penulis menguji Multikolinearitas data menggunakan program *SPSS* versi 24.00 *for window*.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian dilakukan dengan uji Glejer yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan absolute residual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi 5%.⁵³

Dalam penelitian ini penulis menguji homogenitas data menggunakan program SPSS versi 24.00 for window.

a. Uji Hipotesis

1) Uji statistik t

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikansi (α) 0,05% dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila nilai $\text{sig } t > 0,05$ maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.
- b) Apabila nilai $\text{sig } t < 0,05$ maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan.⁵⁴

2) Uji statistik F

⁵³ Agus Irianto, *Statistik: Konsep Dasar & Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal 275.

⁵⁴ Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2006), hal 212

Uji untuk menguji hipotesis yang bersifat simultan (bersama-sama) berdasarkan tingkat signifikansi. Level signifikansi dalam penelitian ini adalah 5%. Maksudnya adalah tingkat kesalahan 5% dan data mendekati kenyataan sebesar 95%. Adapun Langkah-langkahnya adalah:

- 1) Menentukan formulasi hipotesis nilai hitung dan hipotesis alternatif

H_0 = tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara bersama-sama.

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara bersama-sama.

- 2) Menentukan tingkat signifikansi (α)

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05.

- 3) Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

- 4) Menghitung nilai F dengan rumus

$$F = \frac{R^2 / m}{(1 - R^2) / (N - m - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = korelasi kuadrat (koefisien determinasi)

m = jumlah variabel bebas

N = jumlah individu.⁵⁵

5) Kesimpulan

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.⁵⁶

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji determinasi atau uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X .

- Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$) artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X

⁵⁵ Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2006), hal 244.

- Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 ($R^2 = 1$) artinya Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X

Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS Versi 24.00 untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi (R^2).

c. Sumbangan Relatif (SR%) dan Sumbangan Efektif (SE%)

Sumbangan relatif adalah persentase perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel bebas lain yang diteliti. Sumbangan relatif menunjukkan seberapa besar sumbangan secara relatif setiap prediktor terhadap kriterium untuk keperluan prediksi.

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan secara efektif setiap prediktor terhadap kriterium dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Dengan rumus sebagai berikut:

1) Sumbangan efektif (SE%)

$$SE(X)\% = \text{Beta}_x \times \text{Koefisien korelasi} \times 100\%$$

Keterangan :

Beta_x : Koefesiensi regresi (Beta)

2) Sumbangan Relatif (SR%)

$$SR(x)\% = \frac{SE(x)\%}{R^2}$$

Keterangan:

SE% = sumbangan efektif dari suatu prediktor

SR% = sumbangan relatif dari suatu prediktor

R^2 = koefisien determinasi⁵⁷

Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS versi 24.00 sebagai alat bantuan untuk menemukan nilai presentase yang terdapat dalam setiap variabel.



⁵⁷ Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2006), hal 204.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode survei dengan cara menyebar kuesioner dalam rangka untuk mengetahui pengaruh variabel user experience terhadap kepuasan pengguna whatsapp, adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; (1) pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp, (2) pengaruh user experience manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna whatsapp.

1. Hasil Analisis Deskriptif

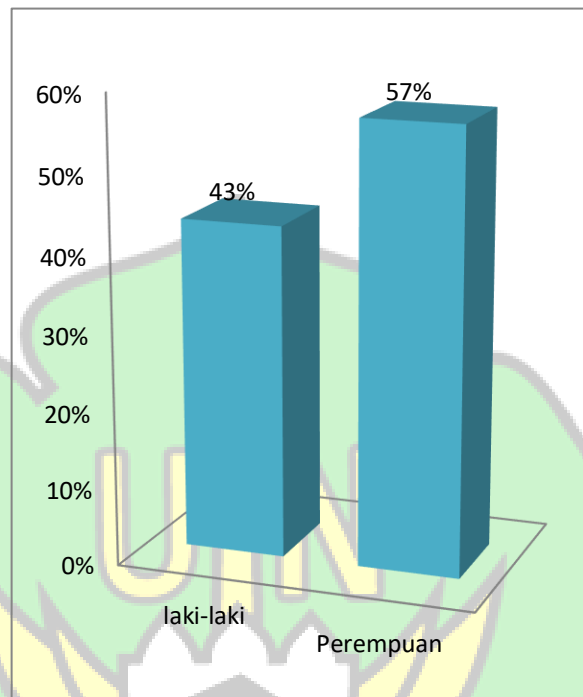
Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi: analisis karakteristik responden, analisis statistik deskriptif yang terdiri dari: nilai maksimal, minimal, mean, dan standar deviasi, serta kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden

Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 237 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, tahun angkatan mahasiswa, usia, dan tahun awal menggunakan aplikasi Whatsapp. Berikut dipaparkan hasil dari masing-masing karakteristik responden yang dapat pada mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh :

1) karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada grafik 4.1 berikut ini:

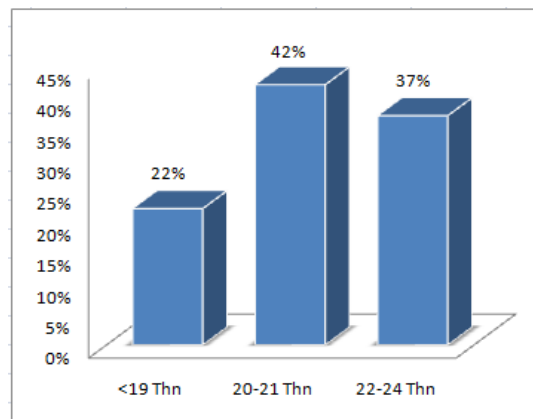


Gambar 4.1 Grafik pengguna aktif whatsapp

Grafik di atas merepresentasikan banyaknya responden pengguna whatsapp dilihat dari jenis kelamin. Responden terbanyak adalah responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 57% dan sisanya berjenis kelamin laki-laki sebesar 43%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan.

2) Karakteristik Responden Menurut Kelompok umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan kelompok umur disajikan pada tabel berikut ini:

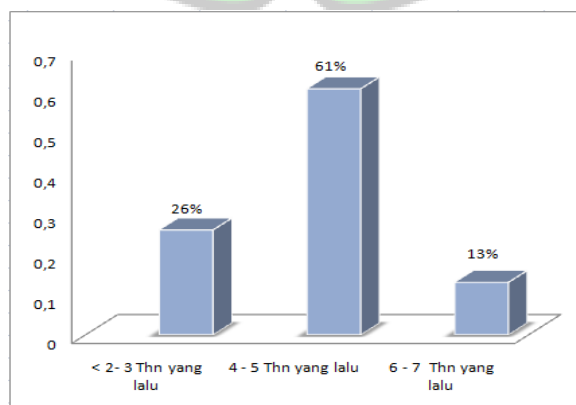


Gambar 4.2
presentase Karakteristik Responden Menurut Kelompok umur

Grafik 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berumur <19 Tahun sebanyak 22%, yang berumur 20-21 tahun sebanyak 41% dan 37% berumur 22-24 tahun. Data data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak yaitu yang berumur 20-21 tahun.

3) Karakteristik Responden Menurut jangka waktu telah menggunakan aplikasi whatsapp.

Deskripsi Karakteristik Responden Menurut jangka waktu telah menggunakan aplikasi whatsapp pada grafik 5.3 berikut ini :



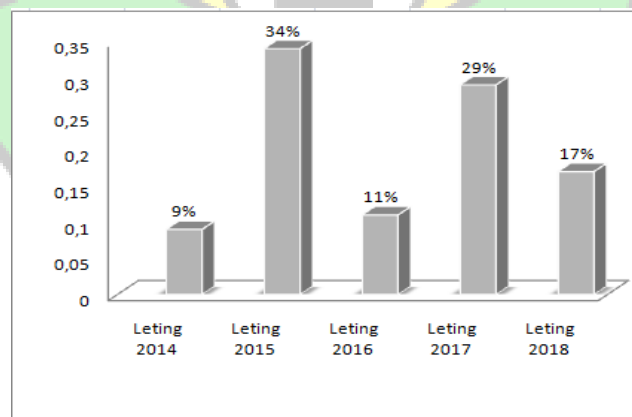
Gambar 4.3

Deskripsi Karakteristik Responden Menurut jangka waktu telah menggunakan aplikasi whatsapp

Pada tabel 5.3 menunjukkan karakteristik responden Responden Menurut jangka waktu telah menggunakan aplikasi whatsapp yaitu <3 tahun berjumlah 61 dengan presentase 26%, 3-4 tahun berjumlah 144 orang dengan presentase 61% dan yang kelompok 5-6 tahun berjumlah 32 orang dengan persentase 13%, dari deskripsi tersebut menunjukkan bahwa responden paling banyak yaitu pengguna whatsapp yang lama jangka waktu pengguna nya 4-5 tahun ynag lalu.

4) Karakteristik Responden Menurut Angkatan Mahasiswa yang menjadi responden

Deskripsi Karakteristik Responden Menurut Angkatan Mahasiswa yang menjadi responden yaitu sebagai berikut :



Gamabr 4.4

Karakteristik Responden Menurut Angkatan Mahasiswa yang menjadi responden

Dari 237 orang mahasiswa PTI yang menjadi responden, terdapat 20 orang dari angkatan 2014 dengan presentase 9%. Dari angtan

tahun 2015 terdapat 81 orang responden dengan presentase 34%. Terdapat 26 orang responden dari angkatan tahun 2016 dengan presentase 11%, responden dari angkatan 2017 yang berjumlah 69 orang dengan presentase 29%, dan 41 responden dari angkatan 2018 dengan presentase 17%. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak berasal dari angkatan tahun 2015.

b. Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan dari 33 pernyataan yang sudah diajukan kepada responden apakah valid atau tidak. Uji validitas diterapkan pada pernyataan kuesioner dari 37 responden awal. Data yang telah dikumpulkan kemudian dihitung tiap atribut dengan menghitung rata-rata (r hitung) dari Skala Likert menggunakan tools SPSS.

Nilai rata-rata (r hitung) yang dihasilkan pada setiap item instrumen yang olah menggunakan program SPSS akan dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel didapat dari tabel product moment yang sesuai dengan jumlah responden yang menjadi data sementara untuk uji validitas yaitu sebanyak 37 responden, maka didapat nilai r tabel sebanyak 0,324 pada taraf signifikan 0,05%. Jika nilai rata-rata item di bawah nilai r tabel, maka item tersebut tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk tahap berikutnya. Sebaliknya, jika nilai rata-rata item di atas nilai r tabel, maka item tersebut dapat digunakan untuk melakukan uji reliabilitas. Uji validitas ini menghasilkan 30 pernyataan valid dan 3 pernyataan tidak valid (nilai r

hitung terlampir), berikut paparan dan penjelasan validasi instrumen pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel Penelitian	Jumlah butir Awal	Jumlah butir Gugur	No. Butir Gugur	Jumlah Butir Akhir
<i>Value</i>	5	-	-	5
<i>Adoptability</i>	7	-	-	7
<i>Desirability</i>	8	-	-	8
<i>Usability</i>	6	-	-	6
<i>Satisfactoin</i>	7	3	26, 27, 28	4

Berdasarkan data pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel *Value*, *Adoptability*, *Desirability*, *Usability* semua butir pernyataan valid, hanya pada variabel kepuasan (*Satisfactoin*) pelayanan diketahui tidak semua butir pernyataan dalam kuesioner valid. Butir pernyataan yang tidak valid kemudian dihilangkan. Butir pernyataan yang valid tersebut masing-masing sudah mewakili tiap indikator dari variabel penelitian.

c. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tahapan untuk mengetahui seberapa dapat dipercaya jawaban dari responden. Instrumen yang di uji merupakan hasil dari uji validitas yang menghasilkan pernyataan-pernyataan yang valid atau nilai r hitung di atas nilai r tabel. Nilai r tabel didapat dari tabel

product moment yang sesuai dengan jumlah responden dalam penelitian, karena dalam penelitian ini terdapat 237 responden maka didapat r tabel sebesar 0,127 (data terlampir) Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka instrumen dinyatakan reliabel, sebaliknya jika nilai r hitung $<$ r tabel maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Sebelum melakukan uji reliabilitas, kuesioner dengan pernyataan-pernyataan yang sudah valid akan disebarkan kepada 200 responden tambahan, sehingga menghasilkan total 237 responden. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan dihitung menggunakan tools SPSS.

Dari hasil fasilitas perhitungan tools SPSS, ditemukan hasil pengukuran uji reliabilitas menghasilkan Cronbach Alpha pada setiap variabel yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.6Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan	katagori Interpretasi
<i>Value</i>	0,826	Reliabel	Tinggi
<i>Adoptability</i>	0,818	Reliabel	Tinggi
<i>Desirability</i>	0,779	Reliabel	Tinggi
<i>Usability</i>	0,779	Reliabel	Tinggi
<i>Satisfactoin</i>	0,840	Reliabel	Tinggi

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dari lima variabel yang diteliti dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam

penelitian karena nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,325 (data terlampir) dan ke lima variabel tersebut termasuk dalam kategori reliabel tinggi.

2. Pengujian Prasyarat Analisis

Sebelum menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji homoskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Untuk mengetahui normalitas variabel dengan melihat nilai Asymp. Sig. Apabila nilai Asymp. Sig lebih dari atau sama dengan 0,05 (taraf signifikansi 5%) maka data berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai Asymp. Sig kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Hasil uji normalitas ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 4.12. Ringkasan Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test⁵⁸

	Unstandardized Residual
Test Statistic	0,047
Asymp.Sig. (2-tailed)	.200

⁵⁸Sumber : hasil regresi spss 2019

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas data di atas dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Z menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sign (2-tailed) adalah sebesar $0.200 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

b. Uji linieritas

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Maka Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan yang linear atau tidak. Apabila harga signifikansi kurang dari 0,05 maka hubungannya bersifat tidak linear, sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya bersifat linear. Hasil uji linearitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.13. Ringkasan Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	Sig	Kesimpulan
<i>Value</i>	0,807	0,582	Linier
<i>Adoptability</i>	0,856	0,542	Linier
<i>Desirability</i>	0,756	0,341	Linier
<i>Usability</i>	0,974	0,517	Linier

Hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0.05$),

hal ini menunjukkan bahwa semua variabel paa penelitian ini adalah linier. Dari pernyataan tersebut maka dapa disimpulkan bahwa semua variabel memiliki hubungan yang linear dengan kepuasan pengguna (Y). Oleh karena itu, persyaratan analisis regresi ganda terpenuhi.

c. Uji Multikolineari

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkolerasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,05 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinieritas⁵⁹

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Value</i>	0,544	1,838	Non Multikolinieritas
<i>Adoptability</i>	0,639	1,564	Non Multikolinieritas
<i>Desirability</i>	0,335	2,984	Non Multikolinieritas
<i>Usability</i>	0,375	2,664	Non Multikolinieritas

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat

⁵⁹sumber: data spss 2019.

disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhivariabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini.

Tabel 4.15. Hasil Uji Heteroskedastisitas⁶⁰

Variabel	Sig .	Kesimpulan
<i>Value</i>	0,317	Non Heteroskedastisitas
<i>Adoptability</i>	0,063	Non Heteroskedastisitas
<i>Desirability</i>	0,793	Non Heteroskedastisitas
<i>Usability</i>	0,217	Non Heteroskedastisitas

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁶⁰ Sumber: Data SPSS 2019

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dipilih untuk menganalisis pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Berikut ini hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24.00 for Windows.

Tabel 4.16. Ringkasan Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t- hitung	Sig.
Konstanta	5,819	5,719	0.000
Value (X1)	0,071	1,026	0,044
Adoptability(X2)	0,290	2,465	0,000
Desirability(X3)	0,087	2,608	0,011
Usability(X4)	0,354	4,058	0,000
F _{hitung}	= 30,366		
R Square	= 0,389		
Adjusted R ²	= 0,332		
Sig.F	= 0,000		
Kepuasan (Y)	Variabel dependen		

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel *value* (X₁) sebesar 0,071; koefisien variabel *adoptability* (X₂) sebesar 0,290; koefisien variabel *Desirability*(X₃) sebesar 0,087; koefisien variabel *usability*(X₄) sebesar 0,354 dan bilangan konstanta sebesar 5,819; Dari hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi linear berganda empat prediktor sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 5,819 + 0,071X_1 + 0,290X_2 + 0,087X_3 + 0,354 X_4$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui bahwa koefisien regresi terhadap nilai (*value*) (X_1), variabel *adoptability* (X_2), variabel *Desirability* (X_3) dan kegunaan *usability* (X_4) memiliki koefisien regresi positif memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna whatsapp (Y).

Selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui pembuktian koefisien regresi. Pembuktian koefisien regresi dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) yaitu *Value*, *Adoptability*, *Desirability* dan *Usability*. Pengujian ini dilakukan secara bersama-sama dengan menggunakan uji F maupun menggunakan uji t terhadap variabel dependen (Y). Sehingga, akan diketahui apakah variabel-variabel independen tersebut benar-benar berpengaruh terhadap variabel-variabel dependen dalam penelitian ini. Berikut adalah penjelasannya :

a. Uji Signifikansi Variabel secara Individu (Uji-t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hipotesis diterima, namun apabila terjadi sebaliknya maka hipotesis ditolak. Dalam penelitian ini didapat nilai T_{tabel} dari persentase distribusi $df_1 = 4$, dan $df_2 = 232$ yaitu sebesar sebesar 1,970.

1) Hasil statistik uji t untuk variabel *value* diperoleh nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,071. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh t_{hitung} sebesar 1,026 dengan nilai signifikansi 0,003. Nilai T_{hitung} sebesar $1,989 < 1,970$. maka dapat disimpulkan bahwa variabel nilai (*value*) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna whatsapp.

2) Pengujian terhadap Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*)

Hasil statistik uji t untuk variabel kemampuan beradaptasi diperoleh nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,290. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh t_{hitung} sebesar 4,406 dengan nilai signifikansi 0,017. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,406 > 1,970$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan beradaptasi (*Adaptability*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna whatsapp.

3) Pengujian terhadap Keinginan (*Desirability*)

Hasil statistik uji t untuk variabel kemampuan beradaptasi diperoleh nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,087. Pada taraf

signifikansi 5% diperoleh t_{hitung} sebesar 2,608 dengan nilai signifikansi 0,011. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,608 > 1,970$). maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keinginan (*Desirability*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna whatsapp.

4) Pengujian terhadap kegunaan (*Usability*)

Hasil statistik uji t untuk variabel kemampuan beradaptasi diperoleh nilai koefisien regresi (b_4) sebesar 0,354. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh t_{hitung} sebesar 4,085 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,085 > 1,970$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel kegunaan (*Usability*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna whatsapp.

b. Uji Simultan F (Uji F)

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F (Fisher) bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan semua variabel yang meliputi *Value*, *Adoptability*, *Desirability* dan *Usability* terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp. Apabila nilai F_{hitung} lebih $> F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, namun jika sebaliknya maka hipotesis tidak diterima. Nilai F_{tabel} yang didapat dari tabel distribusi f 0,05 dalam penelitian ini yaitu 2,410.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,366 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai F_{hitung} lebih besar dari

$F_{\text{tabel}}(30,366 < 2,410)$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Nilai, Kemampuan beradaptasi, keinginan dan kegunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Whatsapp.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan sarana pengujian untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan model regresi tersebut. Nilai uji koefisien relasi dalam regresi ditunjukkan dengan nilai R. berikut adalah tabel uji koefisien determinasi, analisis determinasi atau R^2 juga menjadi tolak ukur yang menunjukkan seberapa besar variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	Adjusted R-squared	Durbin-Watson
0,389	0,372	1,867

Dari hasil perhitungan regresi diatas dapat dilihat bahwa dari jumlah sampel sebanyak 237 orang responden didapatkan bahwa nilai R^2 sejumlah 0,389 yang berarti variabel independen (X_1), *Adoptability* (X_2), *desirability* (X_3) dan *Usability*(X_4) menjelaskan variasi dari variabel kepuasan pengguna (Y) sebanyak 0,389 atau 38,9%. Sedangkan sisanya 61,1% tingkat kepuasan pengguna aplikasi

whatsapp di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

d. Sumbangan Relatif (SR%) dan Sumbangan Efektif (SE%)

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dapat diketahui besarnya Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Secara rinci nilai SR dan nilai SE dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.18 Hasil Uji Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Variabel Bebas	SE	SR
<i>value</i> (X_1)	2,3%	5,8%
<i>Adoptability</i> (X_2)	13,8%	35,5%
<i>desirability</i> (X_3)	4,1%	10,6%
<i>Usability</i> (X_4)	18,7%	48%
Jumlah	38,9%	100%

Berdasarkan hasil analisis yang terdapat dalam tabel 4.18 dapat diketahui bahwa variabel *value* (X_1) memberikan sumbangan relatif sebesar 5,8%, variabel *Adoptability* (X_2) memberikan sumbangan relatif sebesar 35,5%, variabel *desirability* (X_3) memberikan sumbangan relatif sebesar 10,6% dan variabel *Usability* (X_4) memberikan sumbangan relatif sebesar 48% terhadap kepuasan pengguna. Diketahui pula sumbangan efektif variabel *value* (X_1) memberikan sumbangan relatif sebesar 2,3%, variabel *Adoptability* (X_2) memberikan sumbangan relatif sebesar 13,8%, variabel *desirability* (X_3) memberikan sumbangan relatif

sebesar 4,1% dan variabel *Usability* (X_4) memberikan sumbangan relatif sebesar 18,7% terhadap kepuasan pengguna. Sumbangan efektif total sebesar 38,9% yang berarti variabel *value* (X_1), *adoptability* (X_2), variabel *desirability* (X_3) dan variabel *usability* (X_4) memberikan sumbangan efektif sebesar 38,9% sedangkan 61,1% diberikan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Data pencarian SE dan SR terlampir.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna pada aplikasi whatsapp terhadap mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

1. Pengaruh Nilai (*Value*) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi whatsapp Terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai (*value*) didapat $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel nilai disimpulkan tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan pengguna whatsapp, akan tetapi dalam penelitian ini variabel nilai hanya akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jika berganding bersama-sama dengan variabel lain, hal itu dibuktikan pada penjelasan uji F.

Ada begitu banyak jenis aplikasi sejenis lainnya seperti whatsapp yang dikategorikan sebagai aplikasi pesan singkat, dari aplikasi lainnya juga menawarkan nilai yang sama terhadap pengguna, oleh karena itu variabel nilai tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pengguna whatsapp apabila tidak di kombinasikan oleh faktor lainnya.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Auli Lucky Yuriansyah, dengan judul “Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi nilai produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna bus PO. Muji Jaya Jepara.

Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Kana Lang tentang ”Analisis kualitas produk, nilai produk untuk menciptakan daya saing Usaha Mikro Di Manado (Studi Kasus Ud. Kloeman Bakery)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk lebih efektif untuk daya saing Usaha Mikro Di Manado dari pada nilai produk.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ronal Aprianto tentang “Pengaruh Promosi ,nilai produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau”. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa nilai produk tidak berpengaruh secara persial jika tidak didukung

dengan promosi dan pelayanan yang baik Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau.

2. Pengaruh Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi whatsapp terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemampuan beradaptasi (*Adaptability*) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kemampuan beradaptasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna whatsapp secara parsial. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ seperti yang telah dijelaskan pada hasil uji t statistika pada halaman 82.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan beradaptasi dari produk adalah hal yang penting dari sebuah aplikasi media sosial. Selain itu, kemudahan dalam terhubung dengan teman, keluarga dan siapa saja adalah hal yang penting pula.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana Hidayat, dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Wi-Fi Di Lingkungan Akademik : Studi Literatur”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna dalam memanfaatkan layanan Wi-Fi di Lingkungan Akademik Studi Literatur menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pengguna.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rafid Saifudin tentang “Pengaruh kemudahan akses (*Adaptability*) Dan Kualitas Produk

Terhadap Word Of Mouth Pada Situs Jejaring Sosial Twitter (Studi Pada Pembelian Produk Fashion Online)”. Hasil Penelitian nya menunjukkan bahwa kemudahan akses (Adoptability) berpengaruh positif terhadap Word Of Mouth.

Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hg. Suseno tentang “Karakteristik Budaya Organisasi, Kemampuan Adaptasi, Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan beradaptasi berpengaruh positif terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah.

3. Pengaruh Keinginan (*Desirability*) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi whatsapp Terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keinginan (*desirability*) diperoleh berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna whatsapp, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ seperti yang telah dijelaskan pada hasil uji t statistika pada halaman 83.

Hal ini menunjukkan bahwa tampilan aplikasi mobile whatsapp yang profesional dan nyaman dilihat mempengaruhi keinginan pengguna dalam memilih aplikasi. Selain itu, aplikasi mobile whatsapp merupakan aplikasi media sosial yang menyenangkan saat digunakan. Sehingga, kombinasi keduanya membuat pengguna dapat berlama-lama menggunakan aplikasi mobile whatsapp.

Menurut Kotler, keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tertentu. oleh sebab itu pada aplikasi whatsapp sendiri konsisten

menjaga kenyamanan pengguna dengan desain fitur yang menarik serta aktifitas aplikasi yang menyenangkan untuk menunjang kepuasan pengguna.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rio Donaroe Munthe, tentang “Analisis pengalaman pengguna Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)”. Penelitian ini menunjukkan bahwa keinginan (*desirability*) Termasuk kepada faktor paling dianggap terpenting dalam mencapai kepuasan pengguna.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arini Isfahila tentang “Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dalam hasil penelitiannya terdapat pengaruh positif desain terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh sejalan dengan penelitian ini yaitu faktor desain yang menarik itu berkaitan dengan variabel keinginan (*Desirability*) dalam penelitian ini, karena jika desain visual nya menarik / menimbulkan keinginan pengguna itu bisa menjadi salah satu faktor untuk menunjang kepuasan pengguna/konsumen.

4. Pengaruh Kegunaan (*Usability*) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi whatsapp Terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kegunaan (*usability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi

mobile whatsapp. hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ seperti yang telah dijelaskan pada hasil uji t statistik pada halaman 83.

Pada dasarnya kegunaan (*usability*) aplikasi sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pengguna karena semakin tinggi tingkat kemudahan menggunakan nya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna, kemudahan yang dapat dipelajari bahkan oleh user tingkat pemula untuk dapat menggunakan aplikasi mobile whatsapp. menurut Asterik-Plasmaijer dan Willian, Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nofia Rizki Putritentang “Pengaruh Kemudahan Penggunaan (*Usability*) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna BCA Mobile Di Bandar Lampung”. Hasil penelitian diketahui bahwa Hipotesis yang menyatakan bahwa *usability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.

Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukn oleh Dana Indra Sensuse tentang “Analisis *Usability* Pada Aplikasi Berbasis Web Dengan Mengadopsi Model Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)”. Penelitian ini secara khusus menemukan pula

bahwa sajian Usability content memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung website.

5. Pengaruh Nilai (*Value*), Kemampuan Beradaptasi (*Adoptability*), Keinginan (*Desirability*) dan Kegunaan (*Usability*) Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi whatsapp terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

Kepuasan pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis terhadap variabel Nilai (*value*), kemampuan beradaptasi (*adoptability*), keinginan (*desirability*) dan kegunaan (*usability*) terhadap kepuasan pengguna. Hasil analisis menunjukkan secara bersama-sama variabel *value*, *adoptability*, *desirability* dan *usability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile whatsapp.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ seperti yang telah dijelaskan pada halaman 84. maka dapat disimpulkan bahwa variabel Nilai (*Value*), kemampuan beradaptasi (*Adoptability*), keinginan (*desirability*), dan kegunaan (*usability*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Whatsap.

Secara keseluruhan keempat variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *mobile* whatsapp. Besarnya pengaruh keempat variabel bebas tersebut terhadap kepuasan pengguna adalah 38,9%. Namun, masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Total nilai variabel lain

yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 61.1%. Jadi, dengan melihat nilai presentase pengaruh kepuasan pengguna dari keempat variabel tersebut, maka bisa menjadi pertimbangan yang harus difokuskan oleh pengembang aplikasi serupa.

Manfaat yang disarankan oleh pengguna sangat penting bagi aplikasi whatsapp agar pengguna mau menggunakannya lagi secara terus menerus, kemampuan aplikasi dalam memberi kemudahan akses maupun menggunakan produk juga akan membuat konsumen /pengguna merasa tertarik dengan aplikasi whatsapp, terlepas dari hal tersebut penampilan atau desain yang menarik juga akan menunjang kenyamanan dan kesenangan bagi pengguna, apalagi ditambah dukungan kegunaan pada aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, itu akan semakin membuat pengguna merasa puas dengan pelayanan suatu aplikasi khususnya seperti yang disajikan oleh aplikasi mobile whatsapp.

6. Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Whatsapp Terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

Berdasarkan analisis data sumbangan efektif dan sumbangan relatif masing-masing variabel bebas seperti yang telah di jelaskan pada halaman 86, maka analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp terhadap Mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry dalam penelitian ini yaitu variabel kegunaan (*usability*) dan variabel kemampuan beradaptasi (*adoptability*).

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan utama bagi orang untuk menggunakan jejaring sosial khususnya aplikasi kategori instant messenger adalah dari kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan, dengan catatan aplikasi tersebut haruslah sangat mudah digunakan dan diakses. Karena itu, pengalaman yang didapatkan haruslah menyenangkan (*enganging*), memiliki desain visual yang menarik (*innovative visual design*), memiliki persepsi merek yang bagus (*brand perception*) dan mudah untuk dioperasikan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel nilai (*value*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Hal ini disebabkan diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, karena dalam statistika sebuah hasil bisa dinyatakan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Maka oleh karena itu variabel nilai tidak bisa berperan sendiri untuk menjangkau kepuasan pengguna secara persial pada aplikasi mobile whatsapp.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kemampuan beradaptasi (*Adoptability*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistika t yang telah memenuhi syarat untuk pernyataan tersebut, sehingga dapat dikatakan variabel kemampuan beradaptasi berpengaruh secara persial terhadap kepuasan pengguna whatsapp.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan keinginan (*desirability*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistika t yang telah memenuhi syarat untuk pernyataan tersebut, sehingga dapat dikatakan

variabel keinginan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna whatsapp.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kegunaan (*usability*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Hasil uji statistik t telah membuktikan bahwa variabel kegunaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna whatsapp. maka pengaruh kegunaan menjadi hal penting
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Nilai (*value*), kemampuan beradaptasi (*adaptability*), keinginan (*desirability*) dan kegunaan (*usability*) secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna aplikasi whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik F yang perolehan nilai F_{hitung} lebih besar nilainya dari F_{tabel} yang sesuai dengan kebijakan dalam statistika, maka dapat dikatakan semua variabel independen pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna whatsapp.
6. Dalam penelitian ini, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna whatsapp yaitu variabel kegunaan (*usability*) dan variabel kemampuan beradaptasi (*adaptability*). Hal ini dibuktikan dengan jumlah SE variabel *usability* sebesar 18,7% dan SE variabel *adaptability* sebesar 13,8% dari sumbangan bersama-sama sebesar 38,9% terhadap pengaruh kepuasan pengguna aplikasi whatsapp pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi pengembang aplikasi serupa

mengingat dalam penelitian ini terdapat 38,9% sumbangan efektif dari keempat variabel yang diteliti terhadap pengaruh kepuasan pengguna aplikasi whatsapp. maka disarankan kepada pengembang aplikasi serupa untuk mempertimbangkan variabel-variabel tersebut sebagai faktor pendukung kepuasan pengguna bagi produk aplikasi serupa lainnya.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan Pengguna. misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Walker, R., 2003. *The Guts of a New Machine*. [online] Tersedia di: <http://www.nytimes.com/2003/11/30/magazine/the-guts-of-a-new-machine.html>. [Diakses 23 Januari 2019].
- Guo, F., 2012. *More Than Usability: The Four Elements of User Experience*, Part I. [online] Tersedia di: <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience->. [Diakses 23 Januari 2019].
- Norman, D.A., 2013. *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*. [online] Tersedia di: <http://cc.droolcup.com/wpcontent/uploads/2015/07/The-Design-of-Everyday-Things-Revised-and-ExpandedEdition.pdf>. [Diakses 23-01-2019].
- Titcomb, J., 2016. *Mobile Web Usage Overtakes Desktop for First Time*. [online] Tersedia di: <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/11/01/mobile-web-overtakes-desktop-for-first-time>. [Diakses 23 Januari 2019].
- Edi Suryadi dkk, 2018. " *Penggunaan Sosial Media Whatsapp Dan Pengaruhnya Terhadap Disiplin Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam*". Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam Vol. 07/No.1
- Widyanto Gunadi, "5 medsos ini paling banyak diakses di Indonesia" [Online] tersediadi: <https://ekrut.com/media/5-medsos-ini-paling-banyak-diakses-di-indonesia> .[diakses.[24 Januari 2019].
- Arif Rahman, 2016. " *Apa definisi Value atau Nilai ?*" [Online] tersedia di : <http://arifindustri.lecture.ub.ac.id/opinions/op-value> . [Diakses 24 Januari 2019].
- Conrad, Michael, 1983." *Adaptability, the Significance of Variability from Molecule to Ecosystem*". New York: Plenum Press.
- School of Computer Science, 2014." *Usability Vs User Experience*". [Online] tersedia di : <http://socs.binus.ac.id/2015/09/18/usability-vs-user-experience/> [Diakses 24 Januari 2019].

- Mendiola B. , 2011. *User Experience (Ux) Sebagai Bagian Dari Pemikiran Desain Dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual*. Jurnal HUMANIORA Vol.2 No.2
- Muhamad Harun, 2018. *Evaluasi Kualitas Perangkat Lunak Dengan Iso/Iec 25010:2011 (Study Kasus : Aplikasi First Aid Pada Platform Android)* (Jurnal Akrab Juara, Volume 3 Nomor 3 (53-61).
- Rio Donaroe Munthe, (2018). “Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)”. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548- 964X Vol. 2, No. 7
- Jumiatmoko, 2016. *Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat Dan Ada*. Jurnal Wahana Akademika Volume 3 Nomor 1.
- Khusaini, Dkk, 2017. *Optimalisasi Penggunaan WhatsApp dalam Perkuliahan Penilaian Pendidikan Fisika*. Jurnal JRKPF UAD Vol.4 No.1 hlm.2
- Petitjean dan E. Morel. 2017. “*Hahaha*”: *Laughter as a resource to manage WhatsApp conversations*”, Journal of Pragmatics.
- Pti uin Ar-Raniry, 2019. [Online] di : <http://pti.ar-raniry.ac.id> [Diakses 06 Feb. 19].
- Sujarweni, 2014. *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*”, Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Vol. 15 No. 1
- Hilda Farida, 2015. “*Pengaruh Whatsapp Terhadap Perilaku Tertutup Mahasiswa*” Skripsi gelar sarjana strata satu dalam ilmu komunikasi.
- Masidjo, 1995. *Penilaian Pencapaian Hasil Belajar siswa Di sekolah*, (Yogyakarta: Kanistus, 1995), hlm.70
- Suharsimi Arikunto, 2018. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara), hal. 8.
- Suharsimi Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta), h.221.

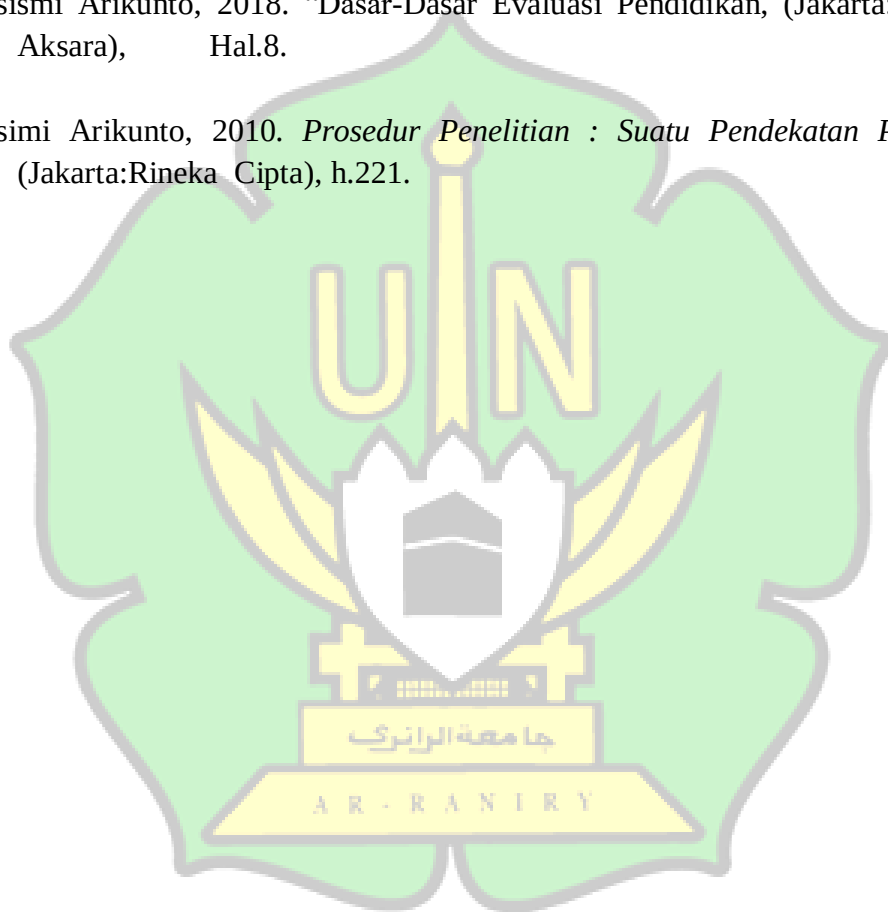
Anas Sudjono, 2004. *Pengantar Evaluasi*, (Jakarta: Grafindo Persada), h.385-386

Sukardi, 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*,
(Jakarta: Bumi Aksara), hal.89.

Suryabrata, Sumadi. 2016. *“Metodologo Penelitian”*. Jakarta: Raja
Grafindopersada.

Suharsismi Arikunto, 2018. *“Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi
Aksara), Hal.8.

Suharsimi Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*,
(Jakarta:Rineka Cipta), h.221.



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

NOMOR: B-4453/Uin.08/FTK/KP.07.6/04/2019

TENTANG:

**PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang :**
- a. bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan;
 - b. bahwa saudara yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing skripsi.
- Mengingat :**
- 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - 2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
 - 3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Sistem Pendidikan Tinggi;
 - 4. Peraturan Pemerintah No. 74 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
 - 5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 - 6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
 - 7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
 - 8. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 21 Tahun 2015, tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
 - 9. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan, dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag. RI;
 - 10. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menorapkan Pengelolaan Badan Layanan Umum;
 - 11. Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
- Memperhatikan :** Keputusan Sidang/Seminar Proposal Skripsi Prodi Pendidikan Teknologi Informasi tanggal 26 Februari 2019
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan**
- PERTAMA :** Menunjuk Saudara:
- 1. Hendri Ahmadan, S.Si, M.I.M sebagai pembimbing pertama
 - 2. Rahmad Mustika, M.Kom sebagai pembimbing kedua
- Untuk membimbing skripsi :
- Nama : Aisyura
- NIM : 150212037
- Program Studi : Pendidikan Teknologi Informasi
- Judul Skripsi : Analisis User Experience sebagai Konsep Acuan untuk Mengukur Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Mobile Whatsapp (Studi Kasus Pada Mahasiswa PTI FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh)
- KEDUA :** Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2019.
- KETIGA :** Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Genap Tahun Akademik 2019/2020
- KEEMPAT :** Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada tanggal : 15 April 2019


An. Rektor
Dekan
Mustafa Razali



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY Banda Aceh
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopekma Darussalam Banda Aceh

Telp: (0651) 7551423 - Fax: (0651) 7553020 Situs : www.tarbiyah.ar-raniry.ac.id

Nomor : B-7115/Un.06/FTK.1/TL.00/05/2019
Lamp : -
Hal : Mohon izin Untuk Mengumpul Data
Menyusun Skripsi

12 Juni 2019

Kepada Yth.

Di -
Tempat

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh dengan ini memohon kiranya saudara memberi izin dan bantuan kepada:

Nama : Aisyah
NIM : 150 212 037
Prodi / Jurusan : Pendidikan Teknologi Informasi
Semester : VIII
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam
Alamat : Jl. H. Hasan Usman Darussalam Banda Aceh

Untuk mengumpulkan data pada:

Mahasiswa Prodi PTI Fakultas Tarbiyah Uin Ar Raniry Banda Aceh

Dalam rangka menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry yang berjudul

Analisis User Experience sebagai Konsep Acuan untuk Mengukur Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Mobile Whatsapp (Studi Kasus Pada Mahasiswa PTI FTK UIN Ar - Raniry Banda Aceh)

Demikianlah harapan kami atas bantuan dan kelainan serta kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : (0651) 7551423, Fax : (0651) 7553020
Situs : www.ftk.uin-ar-raniry.ac.id e-mail : ftk.uin@ar-raniry.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-13088/Un.08/FTK/PP.00.9/08/2019

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aisyura
NIM : 150212037

Benar yang tersebut namanya diatas adalah mahasiswa program studi Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan telah selesai melakukan penelitian serta pengumpulan data pada program studi Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada tanggal 15 Juni-20 Agustus 2019 dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis User Experience sebagai Konsep Acuan untuk Mengukur Kepuasan Penggunaan pada Aplikasi Mobile WhatsApp (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh)".

Demikian surat ini dikeluarkan agar dapat digunakan seperlunya.

Banda Aceh, 28 Agustus 2019

An Dekan,
Kepala Sub Bagian Administrasi
Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni

Muhazar

Lampiran 5. Hasil Nilai Tabulasi Angket Penelitian

No.	Value						Adoptability								Desirability										Usability								Satisfactoin							
	1	2	3	4	5	JML	1	2	3	4	5	6	7	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	JML	1	2	3	4	5	6	7	JM L		
1.	3	3	3	3	4	16	3	4	3	4	4	3	4	25	3	3	4	3	4	3	4	3	28	4	4	4	4	3	3	21	4	4	4	3	4	4	3	24		
2.	3	3	3	3	4	16	4	4	3	4	3	3	4	22	4	3	3	4	3	4	3	3	24	4	4	4	3	3	3	18	3	4	4	3	4	4	3	24		
3.	3	4	5	6	4	22	4	4	3	4	3	3	4	21	4	3	4	4	3	4	3	3	24	4	4	4	3	3	3	18	3	4	4	3	4	4	3	23		
4.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	4	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	22		
5.	4	3	2	1	3	13	3	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	3	3	24		
6	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	4	4	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	3	21		
7	3	3	2	2	4	14	4	3	2	3	2	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	4	18	3	3	3	4	3	3	2	20		
8	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	3	4	4	22	4	3	4	4	4	4	3	4	24	4	4	4	3	3	4	18	3	3	3	3	3	3	3	22		
9	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	3	2	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	3	24		
10	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	22		
11	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	2	3	3	20		
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	3	24	4	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	24		
13	4	4	4	4	3	19	4	2	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	3	28	4	4	4	3	3	3	23	4	3	3	3	3	3	3	24		
14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	4	4	24	3	4	4	3	4	4	3	24		
15	4	4	3	3	3	17	3	4	3	4	2	3	4	21	3	4	3	3	4	3	4	4	24	4	4	4	4	4	3	18	3	3	3	3	3	3	3	22		
16	3	4	4	4	3	18	4	4	2	3	2	3	4	21	4	4	3	4	4	3	4	3	24	4	4	4	4	4	4	18	3	3	3	3	3	3	3	22		
17	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	21	4	3	3	3	3	3	3	22		
18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	22		
19	3	3	2	3	4	15	3	4	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	4	3	3	31	3	4	4	4	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	21		

20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	3	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	4	4	17	3	4	4	4	4	3	3	21	4	4	4	4	4	4	4	3	25	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	4	4	25	
23	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	4	3	3	24	3	4	4	4	4	4	15	3	4	4	4	4	4	4	25	
24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	4	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	
25	3	3	3	3	3	15	4	2	3	4	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	2	2	2	18	4	3	4	3	3	4	3	24	
26	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	22	
27	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	21	
28	3	4	4	4	4	19	4	3	3	3	2	3	4	17	4	3	3	3	3	4	4	3	24	4	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	22	
29	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	3	4	4	25	4	4	3	3	4	4	4	3	24	4	4	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	4	4	24	
30	3	3	3	4	4	17	3	2	2	2	3	3	2	23	3	3	3	2	3	4	3	3	27	3	3	3	2	3	3	19	4	3	3	3	2	3	3	23	
31	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	4	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	3	3	3	3	24	
32	3	3	2	3	3	14	3	4	3	4	2	4	3	21	4	4	3	2	3	4	3	4	25	3	3	4	3	3	3	18	3	3	4	3	3	4	3	24	
33	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	4	3	20	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	4	4	25	
34	4	3	4	3	3	17	3	2	2	4	3	3	4	19	3	3	3	2	4	4	3	3	24	4	3	3	2	3	3	18	3	3	4	3	3	4	3	21	
35	3	3	2	3	3	14	3	3	2	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	19	4	2	3	3	2	3	3	23	
36	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	2	3	3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	3	22	
37	4	3	3	4	4	18	3	4	3	3	3	4	4	21	3	3	3	3	4	4	3	3	24	4	3	3	3	3	3	18	3	4	4	4	4	4	4	25	

A R - R A N I R Y

Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Ganda

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kegunaan, Kmp_Beradaptasi, Nilai, Keinginan ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Kepuasan			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,567 ^a	,389	,332	1,092

a. Predictors: (Constant), Kegunaan, Kmp_Beradaptasi, Nilai, Keinginan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130,682	4	32,670	30,366	,000b
	Residual	276,483	232	1,192		
	Total	407,165	236			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kegunaan, Kmp Beradaptasi, Nilai, Keinginan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,819	,911		5,719	,000
	Nilai	,049	,054	,071	1,026	,044
	Kmp_Beradaptasi	,167	,047	,290	2,465	,000
	Keinginan	,085	,044	,087	2,608	,011
	Kegunaan	,358	,048	,354	4,058	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 7. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Correlations						
		Nilai_X1	Kmp_Beradaptasi_X2	Keinginan_X3	Kegunaan_X4	Kepuasan_y
Nilai_X1	Pearson Correlation	1	,542**	,620**	,559**	,324**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237
Kmp_Beradaptasi_X2	Pearson Correlation	,542**	1	,523**	,496**	,475**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237
Keinginan_X3	Pearson Correlation	,620**	,523**	1	,781**	,473**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	237	237	237	237	237
Kegunaan_X4	Pearson Correlation	,559**	,496**	,781**	1	,528**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	237	237	237	237	237
Kepuasan_y	Pearson Correlation	,392**	,415**	,482**	,535**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	237	237	237	237	237
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

variabel	Beta x	koefesion korelasi	R square
x1	0,071	0,324	38,9
x2	0,29	0,475	
x3	0,087	0,473	
x4	0,354	0,528	

SEx1	2,30%
SEx2	13,8%
SEx3	4,1%
SEx4	18,7%
SRx1	5,9%
SRx2	35,4%
SRx3	10,6%
SRx4	48%

Titik persentase Ditribusi t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715

22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518

Catatan : probalita yang lebih kecil yang ditunjukkan pad ajudul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih kecil adalah luas daerah dalam kedua ujung.

Rumus mencari nilai t_{tabel}

$$T_{\text{tabel}} = \alpha/2 ; n-k-1$$

$$= 0,05/2 ; 237-5-1$$

$$= 0,025 ; 231$$

Maka didapat nilai t_{tabel} = 1,970.

RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Aisyura
2. NIM : 150212037
3. Tempat/Tanggal Lahir : Meureudu, 5 Desember 1996
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Kebangsaan/ Suku : Indonesia/Aceh
7. Status : Belum Kawin
8. Alamat : Desa Mns.Manyang Kec. Meureudu, Kab.
Pidie Jaya, Prov. Aceh
9. Email/ HP : Asyura.azzahra@gmail.com /0823-3857-6662
10. Pekerjaan : Mahasiswi
11. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Ibrahim AR (Alm)
 - b. Ibu : Ulfah Usman
12. Alamat Orang Tua : Desa Mns.Manyang Kec. Meureudu, Kab. Pidie
Jaya, Prov. Aceh
13. Pendidikan
 - a. SD : SD Simpang 3 Meureudu (2002-2008).
 - b. SMP : MTsN Meureudu (2008-2011).
 - c. SMA : MAN 2 Sigli Meureudu (2011-2014).
 - d. Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh (2015 – 2019).



Banda Aceh, 7 Agustus 2019

Aisyura
NIM.150212037