

# KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP APLIKASI *MOBILE* AGODA DALAM PEMESANAN KAMAR HOTEL MENGGUNAKAN METODE EUCS

Putri Ayu O Pasaribu<sup>1</sup>, Cep Adiwihardja<sup>2</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika  
Jl. Kramat Raya, Kec. Senen, Jakarta, Indonesia

email : <sup>1</sup>putriayupasaribu26@gmail.com, <sup>2</sup>cep.caw@bsi.ac.id

Submit: 25-10-2024 | Revisi : 00-00-0000 | Terima : 00-00-0000 | Publikasi: 00-00-0000

## Abstrak

Sistem informasi telah banyak digunakan pada berbagai bidang usaha, salah satunya usaha akomodasi perhotelan. B Fashion Hotel adalah salah satu hotel yang memanfaatkan sistem informasi dalam reservasi kamar hotel secara online dengan menggunakan sistem informasi reservasi kamar berbasis aplikasi *mobile* salah satunya yaitu Agoda. Agoda adalah salah satu aplikasi *Online Travel Agent* (OTA) yang memiliki fitur layanan *booking* hotel untuk mempermudah pengguna menginap saat bepergian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi *mobile* Agoda dan menguji variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *mobile* Agoda di B Fashion Hotel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dan 2 variabel yang sudah ditambahkan peneliti lain yaitu *perceived usefulness* dan *service*. Dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel sebanyak 85 responden untuk menjadi sampel penelitian dan populasi yaitu pengguna aplikasi *mobile* Agoda yang berada di B Fashion Hotel. Analisis data melalui PLS-SEM dengan *SmartPLS* 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna aplikasi *mobile* Agoda berada pada kategori Puas dengan 7 hipotesis yang diuji. Dari 7 hipotesis terdapat 5 hipotesis yang diterima yaitu variabel *content*, *accuracy*, *timeliness*, *perceived usefulness*, dan *service*. Terdapat 2 hipotesis yang ditolak yaitu variabel *format* dan *easy of use*.

Kata Kunci : Analisis Kepuasan Pengguna, Aplikasi *Mobile* Agoda, *Booking* Hotel, *Online Travel Agent*, *End User Computing Satisfaction* (EUCS).

## Abstract

*Information systems have been widely used in various business fields, one of which is the hotel accommodation business. B Fashion Hotel is one of the hotels that utilizes information systems in online hotel room reservations by using a mobile application-based room reservation information system, one of which is Agoda. Agoda is one of the Online Travel Agent (OTA) applications that has a hotel booking service feature to make it easier for users to stay while traveling. Therefore, this study aims to analyze user satisfaction with the Agoda mobile application and test what variables can affect user satisfaction with the Agoda mobile application at B Fashion Hotel. The method used in this research is End User Computing Satisfaction (EUCS) and 2 variables that have been added by other researchers, namely perceived usefulness and service. By using a sampling technique of 85 respondents to become research samples and the population, namely Agoda mobile application users at B Fashion Hotel. Data analysis through PLS-SEM with SmartPLS 3.0. The results of this study indicate that Agoda mobile application user satisfaction is in the Satisfied category with 7 hypotheses tested. Of the 7 hypotheses, there are 5 accepted hypotheses, namely the content, accuracy, timeliness, perceived usefulness, and service variables. There are 2 rejected hypotheses, namely the format and easy of use variables.*

Keywords : User Satisfaction Analysis, Agoda Mobile Application, Hotel Booking, Online Travel Agent, End User Computing Satisfaction (EUCS)

## 1. Pendahuluan

Peningkatan teknologi telah meningkat secara signifikan, dengan bisnis *e-commerce* menjadi salah satu pendorong ekonomi digital saat ini. Pengembangan aplikasi *e-commerce* menjadi kunci untuk meningkatkan penjualan *online* dan persaingan di pasar yang semakin kompetitif. *E-Commerce* merupakan serangkaian proses yang mencakup distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran, dan pelayanan dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronik (Alfandia, 2019). *E-commerce* adalah menggunakan media internet dan website



untuk melakukan transaksi bisnis antara organisasi dengan individu (Laudon, 2012:49). Sedangkan menurut Robert E. Johnson, III *e-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet.

Dengan berkembangnya teknologi banyak hotel yang menggunakan jasa OTA untuk mempromosikan kamar dan fasilitas yang ditawarkan bagi tamu dan khalayak umum yang berkepentingan dengan produk dan jasa yang ditawarkan. OTA adalah salah satu dari *travel agent* yang melakukan seluruh kegiatannya melalui *online*. Jenis *travel Agent* ini menyediakan layanan reservasi *online (online reservation)* merupakan sarana yang paling dibutuhkan oleh seseorang (tamu) dalam melakukan kunjungan/perjalanan ke suatu tempat. Penggunaan jasa OTA sebagai media pemesanan sering dilakukan oleh tamu sebelum kedatangannya di hotel. Penggunaan OTA lebih sering di gunakan dibanding tamu yang datang langsung di hotel (*walk-in guest*). Salah satu *e-commerce* yang berkembang dalam usaha OTA atau agen perjalanan *online* yaitu Agoda.

Agoda merupakan sebuah aplikasi *mobile* yang menyediakan jasa reservasi akomodasi secara *online* yang menyajikan informasi-informasi mengenai penginapan hotel yang dibutuhkan oleh pengguna. Sistem informasi reservasi kamar hotel mempunyai peran penting dalam meningkatkan penjualan kamar karna akan mempengaruhi kelancaran operasional hotel untuk itu perlu dilakukan analisis atau pengukuran dari kepuasan pengguna dalam sistem tersebut. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)* yang merupakan metode untuk membandingkan harapan pengguna dan sistem informasi yang sebenarnya untuk menentukan seberapa puas pengguna terhadap sistem informasi tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi referensi ataupun, masukan bagi B Fashion Hotel untuk mengetahui seberapa puas pengguna terhadap sistem reservasi kamar secara *online* dengan aplikasi *mobile* Agoda.

## 2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan strategi penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis kepuasan pengguna aplikasi mobile Agoda.

### 2.1 Tahapan Penelitian

Langkah awal penelitian penulis yaitu Pengujian masalah dengan melihat fakta dan kondisi sistem (latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian), Menentukan model penelitian dengan menggunakan model penelitian *End User Computing Satisfaction (EUCS)* dan menambahkan 2 variabel yaitu *perceived usefullness* dan *service*, Merancang instrumen penelitian, Pengumpulan data (observasi, studi pustaka, kuisioner), Menganalisis dan menguji data kuisioner yang sudah terkumpul, Interpretasi data, Evaluasi dan pembuatan laporan, dan Membuat Kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

### 2.2 Hipotesis Penelitian

Berikut hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Keterangan
Hipotesis 1	Isi ( <i>content</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.
Hipotesis 2	Akurasi ( <i>accuracy</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.
Hipotesis 3	Bentuk ( <i>format</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.
Hipotesis 4	Kemudahan penggunaan ( <i>easy of use</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.
Hipotesis 5	Ketepatan waktu ( <i>timeliness</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.
Hipotesis 6	Persepsi kemanfaatan ( <i>perceived usefulness</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.
Hipotesis 7	Layanan ( <i>service</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi <i>mobile</i> Agoda.

### 2.3 Metode Analisis Data

1. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)  
Model pengukuran (*Outer Model*) dilakukan menggunakan *SmartPLS*. Pengukuran ini dilakukan untuk tujuan memberikan nilai validitas dan reliabilitas model dengan melakukan pengujian reliabilitas dan validitas dengan empat tahap yaitu *individual item reliability, internal consistency, average variance extracted (AVE)*.
2. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)  
Analisis Model *structural (Inner Model)* dilakukan menggunakan *SmartPLS*. Pengukuran ini dilakukan untuk melakukan prediksi terhadap hubungan kualitas antara variabel laten dengan melakukan tahap

pengukuran yaitu *path coefficient*, *coefficient of determination*, *T-test*, *effect size*, *predictive relevance*, dan *relative impact* dengan menggunakan data yang berasal dari jawaban responden pada kuisioner dengan menggunakan bobot nilai.

### 3. Pembahasan dan Hasil

#### 3.1 Hasil Demografis

##### 1. Usia

Terdapat 85 responden yang menjawab kuisioner dalam penelitian ini yaitu dari umur 17 – 38 tahun. Hasil kriteria usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Kategori usia responden

Usia	Jumlah
Dibawah 20 Tahun	18
21-30 Tahun	57
31-40 Tahun	10

##### 2. Jenis kelamin

85 responden yang mengisi kuisioner terdapat 38 orang (44,7%) dengan jenis kelamin Wanita dan 47 orang (55,3%) Pria yang mengisi kuisioner. Jumlah responden pria lebih banyak dibanding jumlah responden Wanita.

##### 3. Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna

Skala tingkat kepuasan pengguna adalah skala yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna dari sebuah sistem atau aplikasi. Skala Tingkat kepuasan pengguna yang digunakan adalah interval penilaian skala likert pada penelitian Istianah & Yustanti (2022) yang memiliki lima level tingkat kepuasan. Skala Tingkat kepuasan pengguna dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 3. Skala tingkat kepuasan pengguna

Level	Interval	Tingkat Kepuasan
1	1-1.8	Sangat Tidak Puas
2	1.8-2.6	Tidak Puas
3	2.6-3.4	Netral
4	3.4-4.2	Puas
5	4.2-5	Sangat Puas

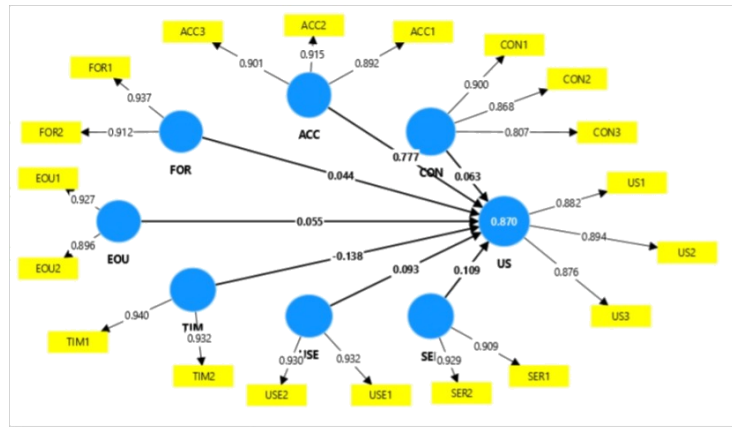
Tabel 4. Tingkat Kepuasan Pengguna

Variabel	Mean	Tingkat Kepuasan
Accuracy	3.97	Puas
Conternt	4.06	Puas
Erasy of urser	4.13	Puas
Format	4.11	Puas
Serrvicer	4.11	Puas
Timerlinerss	4.12	Puas
Perrcriverd urserfurlnerss	4.08	Puas
<b>Total</b>	<b>4.08</b>	<b>Puas</b>

#### 3.2 Hasil Analisis PLS-SEM

##### 1. Analisis Pengukuran Model (Outer Model)

Berikut adalah hasil pengukuran *outer model* dengan empat tahap pengujian



Gambar 1. Uji Outer Model dengan SmartPLS

a. *Individual item reliability*

Tahap *individual item reliability* dilakukan dengan melihat nilai *standardized loading factor* atau nilai *outer loading*, Dimana nilai tersebut menjelaskan besaran korelasi dari setiap indikator yang digunakan dengan konstruksinya. *Loading factor* dapat dikatakan sah jika memiliki nilai diatas 0,7 (Hair ert al, 2018).

Tabel 5. Nilai *outer loading*

	ACC	CON	EOU	FOR	SER	TIM	US	USE
ACC1	0.892							
ACC2	0.915							
ACC3	0.901							
CON1		0.900						
CON2		0.868						
CON3		0.807						
EOU1			0.927					
EOU2			0.896					
FOR1				0.937				
FOR2				0.912				
SER1					0.909			
SER2					0.929			
TIM1						0.940		
TIM2						0.932		
US1							0.882	
US2							0.894	
US3							0.876	
USE1								0.932
USE2								0.930

b. *Internal consistency reliability*

Tahap *internal consistency reliability* dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* yang bertujuan untuk menjelaskan konsistensi antar item dalam suatu penelitian dengan nilai batas 0,7 (Hair ert al., 2018).

Tabel 6. Uji consisterncy reliability (CR)

Variabel	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
ACC	0.887	0.929
CON	0.824	0.894
EOU	0.815	0.908
FOR	0.846	0.922
SER	0.824	0.916
TIM	0.862	0.934

US	0.861	0.915
USE	0.846	0.929

c. *Average variance extracted (AVE)*

Tahap *average variance extracted (AVE)* merupakan nilai yang dimiliki oleh setiap variabel yang digunakan untuk mendeskripsikan setiap variabel sehingga menemukan besaran varian pada setiap indikator. Nilai AVE memiliki batas ambang 0,5 (Hair et al., 2018).

Tabel 7. Nilai *average extracted (AVE)*

<i>Average variance extracted (AVE)</i>	
CON	0.738
US	0.782
ACC	0.815
EOU	0.831
SER	0.844
FOR	0.855
USE	0.867
TIM	0.877

d. *Discriminant validity*

Pengujian *discriminant validity* dinilai dengan menganalisis hasil kriteria Fornell-Lacker's dengan cara melakukan perbandingan akar AVE mempunyai syarat sebuah konstruk harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel latennya atau bisa juga melihat *cross loading* dari pengukuran sebuah konstruk yang ada pada model.

Tabel 8. Uji *discriminant validity* (Fornell-Lacker's)

	ACC	CON	EOU	FOR	SER	TIM	US	USE
ACC	0.903							
CON	0.711	0.859						
EOU	0.46	0.614	0.912					
FOR	0.525	0.71	0.665	0.925				
SER	0.596	0.636	0.606	0.699	0.919			
TIM	0.558	0.597	0.678	0.533	0.653	0.936		
US	0.916	0.728	0.521	0.596	0.649	0.536	0.884	
USE	0.62	0.656	0.737	0.649	0.675	0.76	0.653	0.931

Tabel 9. Uji *discriminant validity (cross loading)*

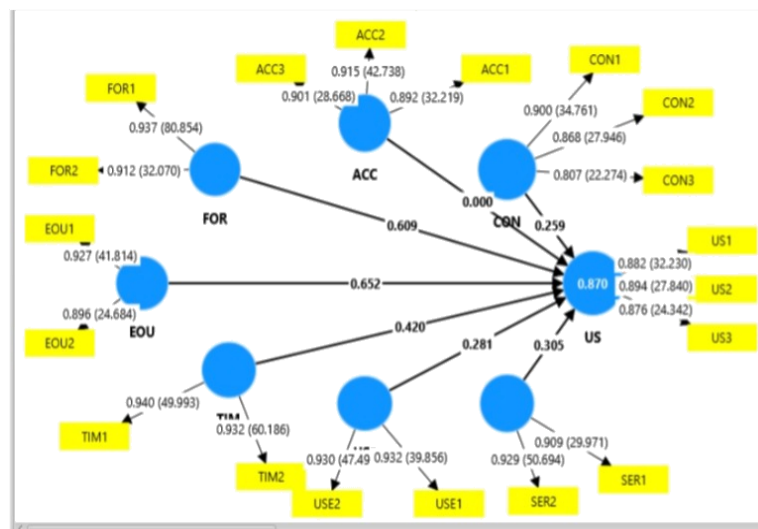
	ACC	CON	EOU	FOR	SER	TIM	US	USE
ACC1	0.892	0.606	0.347	0.424	0.49	0.45	0.81	0.519
ACC2	0.915	0.648	0.46	0.45	0.535	0.489	0.837	0.565
ACC3	0.901	0.669	0.437	0.545	0.589	0.572	0.833	0.592
CON1	0.577	0.90	0.525	0.685	0.581	0.586	0.588	0.567
CON2	0.66	0.868	0.556	0.508	0.484	0.486	0.67	0.554
CON3	0.586	0.807	0.497	0.646	0.578	0.47	0.61	0.568
EOU1	0.465	0.618	0.927	0.655	0.577	0.544	0.513	0.666
EOU2	0.367	0.494	0.896	0.549	0.525	0.708	0.432	0.68
FOR1	0.517	0.647	0.639	0.937	0.666	0.515	0.592	0.584
FOR2	0.449	0.668	0.587	0.912	0.624	0.467	0.504	0.621
SER1	0.523	0.518	0.524	0.584	0.909	0.614	0.56	0.591
SER2	0.571	0.644	0.587	0.694	0.929	0.588	0.629	0.647
TIM1	0.543	0.539	0.62	0.474	0.593	0.940	0.517	0.679
TIM2	0.501	0.58	0.651	0.525	0.632	0.932	0.486	0.746
US1	0.81	0.629	0.403	0.49	0.579	0.458	0.882	0.541

US2	0.834	0.656	0.51	0.481	0.534	0.446	0.894	0.601
US3	0.784	0.645	0.468	0.612	0.61	0.52	0.876	0.591
USE1	0.567	0.597	0.655	0.632	0.695	0.731	0.613	0.932
USE2	0.588	0.624	0.718	0.576	0.561	0.684	0.604	0.930

Berdasarkan empat tahapan uji pengukuran model (*Ourter Model*) diatas yang menunjukkan hasil pengujian yang baik dan memenuhi syarat pada sertiap pengujian, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji pengurkurran model yang digunakan dalam penelitian sudah memiliki nilai yang baik untuk melanjutkan ketahap pengujian selanjutnya yaitu tahap pengujian strukrtural moder (*Inner Model*).

### 3.3 Analisis Struktural Model (Inner Model)

Analisis struktural model (*Inner Model*) dilakukan dengan enam tahap pengujian yaitu *path coefficient* ( $\beta$ ), *coefficient of dertermination* ( $R^2$ ), *T-test* dengan metode pengujian *bootstrapping*, *effect size* ( $f^2$ ), *predictive relevance* ( $Q^2$ ), dan *relative impact* ( $q^2$ ) dilakukan dengan metode *blindfolding*. Berikut adalah analisis *inner model* dengan enam pengujian :



Gambar 2. Hasil pengukuran struktural model (*inner model*)

#### 1. Path Coefficient ( $\beta$ )

Uji *Path Coefficient* ini dilakukan untuk melihat apakah jalur (*path*) sudah mempunyai pengaruh dalam model, dengan syarat memiliki nilai diatas 0,1 agar dapat dinyatakan mempunyai pengaruh (signifikan) dalam model.

Tabel 10. Uji path coefficient ( $\beta$ )

Hubungan antar Variabel Independen dengan dependen	( $\beta$ )	Keterangan
ACC -> US	0.000	Insignifikan
CON -> US	0.259	Signifikan
EOU -> US	0.652	Signifikan
FOR -> US	0.609	Signifikan
SER -> US	0.305	Signifikan
TIM -> US	0.420	Signifikan
USE -> US	0.281	Signifikan

#### 2. Coefficient of Determination ( $R^2$ )

Pengujian *Coefficien of Determination* ( $R^2$ ) dilakukan untuk menjelaskan varian dari tiap target variabel dependen, dengan kategori nilai 0.67 (kuat), 0.33 (moderat), dan 0.19 (lemah).

Tabel 11. Uji *coefficient of determination* ( $R^2$ )

Variabel Dependen	$R^2$	Keterangan
-------------------	-------	------------

US	0.870	Kuat
----	-------	------

3. *T-test*

Uji *T-test* dilakukan dengan *bootstrapping* dengan *two-tailed* menggunakan Tingkat signifikansi sebesar 5% dengan syarat hipotesis dapat diterima jika memiliki nilai *t-test* lebih besar dari 0.5.

Tabel 12. Uji T-test

Hubungan antar Variabel Independen dengan dependen	<i>T-test</i>	Keterangan
ACC -> US	8.085	Diterima
CON -> US	0.957	Diterima
EOU -> US	0.477	Ditolak
FOR -> US	0.461	Ditolak
SER -> US	1.036	Diterima
TIM -> US	0.891	Diterima
USE -> US	1.020	Diterima

4. *Effect Size (f<sup>2</sup>)*

Nilai *effect size (f<sup>2</sup>)* memprediksi pengaruh sebuah variabel dengan variabel lainnya dengan nilai sekitar 0.02 berpengaruh kecil, jika nilai 0.15 berpengaruh menengah dan jika nilai melebihi 0.35 berpengaruh besar. Untuk mendapatkan nilai dari *effect size* menggunakan rumus dibawah ini:

$$f^2 = \frac{R^2_{include} - R^2_{exclude}}{1 - R^2_{include}} \quad (1)$$

$$f^2 = \frac{0.870 - 0.615}{1 - 0.870}$$

$$f^2 = 1.961$$

Keterangan:

*R<sup>2</sup> include* adalah *coefficient of determination*. *R<sup>2</sup> exclude* adalah nilai pada luar *R*

Tabel 13. Hasil uji effect size

Hubungan antar Variabel Independen dengan dependen	<i>R<sup>2</sup></i>			Analisis <i>f<sup>2</sup></i>
	<i>R<sup>2</sup> in</i>	<i>R<sup>2</sup> ex</i>	<i>f<sup>2</sup></i>	
ACC -> US	0.870	0.615	1.961	Besar
CON -> US	0.870	0.869	0.007	Kecil
EOU -> US	0.870	0.869	0.007	Kecil
FOR -> US	0.870	0.869	0.007	Kecil
SER -> US	0.870	0.865	0.038	Kecil
TIM -> US	0.870	0.863	0.053	Kecil
USE -> US	0.870	0.867	0.023	Kecil

5. *Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)*

Uji *Predictive Relevance* dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding* untuk melihat pengaruh keterkaitan secara prediktif terhadap variabel lain dengan syarat apabila nilai *Q<sup>2</sup>* > 0 maka dapat dikatakan *predictive relevance*.

Tabel 14. Hasil uji predictive relevance (Q<sup>2</sup>)



Variabel Dependen	$Q^2$
US	0.637

#### 6. Relative Impact ( $q^2$ )

Nilai *relative impact* ( $q^2$ ) dilakukan dengan melakukan *blindfolding* untuk mengetahui pengaruh *relativer model structural* dengan syarat nilai ambang batas serkitar 0.02 mempunyai pengaruh kecil, nilai 0.15 mempunyai pengaruh sedang, dan nilai 0.35 mempunyai pengaruh besar. Untuk mendapatkan nilai dari *Relative Impact* ( $q^2$ ) menggunakan rumus dibawah ini:

$$q^2 = \frac{0.637 - 0.598}{1 - 0.637}$$

$$q^2 = 0.10744$$

Keterangan:

$Q^2$  *includde* adalah *predictive relevance*,  $Q^2$  *exclude* adalah nilai pada luar Q

Hasil uji *Relative Impact* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Hasil urji *rerlative impact* ( $q^2$ )

Hubungan antar Variabel Independen dengan dependen	$Q^2$			Analisis $q^2$
	$Q^2$ in	$Q^2$ ex	$\Sigma Q^2$	
ACC	0.637	0.598	<b>0.107</b>	Kecil
CON	0.637	0.456	<b>0.498</b>	Besar
EOU	0.637	0.424	<b>0.586</b>	Besar
FOR	0.637	0.471	<b>0.457</b>	Besar
SeR	0.637	0.438	<b>0.548</b>	Besar
TIM	0.637	0.522	<b>0.316</b>	Sedang
USE	0.637	0.497	<b>0.385</b>	Besar

### 3.4 Hasil

#### H1 : Apakah isi (*content*) mempunyai pengaruh terhadap *User Satisfaction*.

Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa H1 yang merupakan hubungan antara CON-US memiliki nilai *path coefficient* nilai 0.259(*signifikan*) nilai *t-test* memiliki nilai 0.957(*diterima*) nilai tersebut berada diatas ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 dan berada diatas ambang nilai *t-test* yaitu 0,5% (**diterima**).

#### H2 : Apakah Akurasi (*accuracy*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*.

Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Taberl IV.12 menunjukkan bahwa H2 yang merupakan hubungan antara ACC-US memiliki nilai *path coefficient* nilai 0.000(*insignifikan*) namun nilai *t-test* memiliki nilai 8.085 (*diterima*) nilai tersebut berada dibawah ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 namun berada diatas ambang nilai *t-test* yaitu 0,5% , (**diterima**).

#### H3. Apakah bentuk (*format*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *User Satisfactin*.

Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa H3 yang merupakan hubungan antara FOR-US memiliki nilai *path coefficient* nilai 0.609(*signifikan*) namun nilai *t-test* memiliki nilai 0.460 (*ditolak*) nilai tersebut berada diatas ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 namun berada dibawah ambang nilai *t-test* yaitu 0,5 (**ditolak**) namun memiliki pengaruh yang *signifikan* dalam model penelitian. Hal ini berarti hubungan antara *format* dengan *user satisfaction* memiliki hubungan yang *signifikan* namun hipotesis yang peneliti buat tidak diterima.

#### H4. Apakah kemudahan penggunaan (*easy of use*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*.

Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa H4 yang merupakan hubungan antara USE-US mermiliki nilai *path coefficient* nilai 0.652(*signifikan*) namun nilai *t-test* memiliki nilai 0.480 (*ditolak*) nilai tersebut berada diatas ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 namun berada dibawah ambang nilai *t-test* yaitu 0,5% sehingga hipotesis H4 **ditolak** namun memiliki pengaruh yang *signifikan* dalam model penelitian. Hal ini berarti hubungan antara *easy of user* dengan *user satisfaction* memiliki hubungan yang *signifikan* namun hipotesis yang peneliti buat tidak diterima.

#### H5 : Apakah ketepatan waktu (*timeliness*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*.



Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa H5 yang merupakan hubungan antara TIM-US memiliki nilai *path coefficient* nilai 0.420 (*signifikan*) nilai *t-test* memiliki nilai 0.891 (diterima) nilai tersebut berada diatas ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 namun berada diatas ambang nilai *t-test* yaitu 0,5%, (**diterima**).

**H6 : Apakah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*.**

Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa H6 yang merupakan hubungan antara USE-US memiliki nilai *path coefficient* nilai 0.281 (*signifikan*) nilai *t-test* memiliki nilai 1.020 (diterima) nilai tersebut berada diatas ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 namun berada diatas ambang nilai *t-test* yaitu 0,5% (**diterima**).

**H7 : Apakah layanan (*service*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*.**

Hasil analisis pengukuran struktural model (*inner model*) pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa H7 yang merupakan hubungan antara SER-US memiliki nilai *path coefficient* nilai 0.3-5 (*signifikan*) nilai *t-test* memiliki nilai 1.036 (diterima) nilai tersebut berada diatas ambang batas *path coefficient* yaitu 0,1 dan berada diatas ambang nilai *t-test* yaitu 0,5%, (**diterima**).

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 85 orang responden yang berpartisipasi, terdapat responden yang berjenis kelamin pria 47 orang (55.3%) dan Wanita 38 orang (44.7%). Dan mayoritas responden pengguna aplikasi *mobile* Agoda adalah yang berusia 21-30 tahun, seluruh responden adalah tamu yang menginap di B Fashion Hotel. Tingkat kepuasan pengguna diketahui *content*(4.06), *accuracy*(3.97), *easy of user* (4.13), *format* (4.11), *Service* (4.11), *Timeliness* (4.12), *Perceived usefulness* (4.08) sehingga masuk dalam kategori **puas**. Dapat disimpulkan pengguna merasa puas menggunakan aplikasi *mobile* Agoda dalam pemesanan kamar hotel. Dari 7 hipotesis yang diteliti terdapat 5 hipotesis yang **diterima** yaitu *content*, *accuracy*, *timeliness*, *perceived usefulness*, dan *service*. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *mobile* Agoda. Dari 7 hipotesis yang diteliti terdapat 2 hipotesis yang **ditolak** yaitu *format* dan *easy of use* yang tidak memiliki pengaruh dan hubungan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *mobile* Agoda.

Bagi peneriti yang tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya (penelitian sejenisnya) dapat memperluas pengambilan data selain kuisioner juga bisa melakukan wawancara langsung pengguna aplikasi *mobile* Agoda lainnya dalam pemesanan kamar hotel. Untuk pihak Agoda dapat lebih meningkatkan kepuasan pengguna sistem dengan memperhatikan *format* (bentuk), dan *easy of user* (kemudahan penggunaan).

#### Referensi

- Alfandia, N. S., Brawijaya, U., Agent, O. T., & Systems, O. J. (2019). Tingkat Hunian Kamar dan Akomodasi Lainnya ( Jawa Timur ). *14*(3), 2161–2168.
- Alwie, rahayu deny danar dan alvi furwanti, Prasetyo, A. B., Andespa, R., Lhokseumawe, P. N., & Pengantar, K. (2020). Tugas Akhir Tugas Akhir. *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 201*, 2(1), 41–49.
- Azzahrah, F., Adian, Y. A. P., & Budiarto, W. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Mobile E-Health berdasarkan Metode End User Computing Satisfaction (Studi di 5 Puskesmas di Kota Surabaya). *Jurnal Kesehatan*, *11*(3), 395. <https://doi.org/10.26630/jk.v11i3.2219>
- Darwati, Lilis, F. (2022). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *JUST IT : Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, *12*(2), 34–42. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- ENENG INDIYANI. (2022). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Tangerang Live Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs)*. 1–187
- Fres. (2022). No Title העניינים לגנד מה שבאמת את מה לראות את מה. *הארץ* (Issue 8.5.2017). <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS) Analysis Of User Satisfaction Of The Traveloka Application Using The Technology Acceptance Model (TAM) And The En. *Jtsi*, *2*(1), 22–37
- Pembangunan, U., Veteran, N., Jl, A., Rungkut, R., Anyar, G., & Timur, J. (2024). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile By . U Menggunakan Metode EUCS End User Computing Satisfaction Pada Pengguna Provider By . U di Kota Surabaya Hanif Ryandhika Ginaris Arista Pratama Universitas Pembangunan Nasional Veteran Eristya Maya Safitri b*. *2*(1), 106–119.
- Prasetyo, J. A. (2023). *Analisis Kepuasan Pengguna Mobile Ais Uin Jakarta for Student Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Yang Diperluas*. 1–102.
- Satori, D., & Komariah, A. (2016). Pengertian Analisis Data. *Metode Penelitian Kualitatif*, 201. <https://www.dqlab.id/analisis-data-adalah-mengenal-pengertian-jenis-dan-prosedur-analisis-data>

Sutejo, H., & Lahallo, J. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna E-learning dengan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS) (Studi Kasus: Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Jayapura). *Jim Lahallo INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 10238–10253