



Analysis of User Experience Effect on Users of VLive Mobile Application Using the SCSJ Model

Analisis Pengaruh *User Experience* Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application VLive Menggunakan Model SCSJ

Nur Fazri Alfi Maulidiyah^{1*}, Dayan Singasatia², M. Agus Sunandar³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, STT Wastukencana, Purwakarta

E-Mail: ¹nurfazri51@wastukencana.ac.id,
²dayan@wastukencana.ac.id, ³agoes.61@wastukencana.ac.id

Received Aug 08th 2022; Revised Aug 15th 2022; Accepted Aug 31th 2022
Corresponding Author: Nur Fazri Alfi Maulidiyah

Abstract

VLive is an application that develops along with Kpop trends and technology is increasing, based on the results of Google Play Store downloads of > 50 million VLive user downloads. The problems experienced based on the complaints felt by users in the comments column on the google play store and appstore tend to lead to system and service quality problems in the VLive application. The purpose of this study was to determine the influence of complaints on the VLive mobile application which had a negative impact on user satisfaction. This research method is carried out using a quantitative approach to analyze the effect of user experience perceptions on user satisfaction. using the Delone and McLean model and SmartPLS used to help process the data from the questionnaire distribution, and the data analysis method used in the study was the PLS-SEM method, using simple random sampling with the population sample using Lemeshow. Research Results Perceived hedonic variables and service quality can increase user satisfaction on the VLive mobile application. This is evidenced by the results of the research that these two variables have a significant influence on the user satisfaction variable. While the variables of information quality, perceived utilitarian, system quality on user satisfaction have no significant effect.

Keyword: DeLone, McLean, SCSJ Models, User Experience, User Satisfaction

Abstrak

VLive merupakan sebuah aplikasi yang berkembang seiring trend Kpop dan teknologi semakin meningkat, berdasarkan hasil unduhan *google play store* sebanyak >50 juta unduhan pengguna VLive. Permasalahan yang dialami berdasarkan keluhan yang dirasakan pengguna pada kolom komentar di *google play store* dan *appstore* cenderung mengarah pada permasalahan kualitas sistem dan layanan pada aplikasi VLive. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor pengaruh adanya keluhan pada aplikasi mobile VLive yang memberikan dampak negatif pada kepuasan pengguna. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh persepsi *user experience* terhadap kepuasan pengguna. dengan menggunakan model *Delone and McLean* serta SmartPLS digunakan untuk membantu mengolah data hasil penyebaran kuesioner, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode PLS-SEM, menggunakan simple random sampling dengan sampel populasi menggunakan *lemeshow*. Hasil Penelitian Variabel *perceived hedonic* dan *service quality* dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada mobile application VLive. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *user satisfaction*. Sementara variabel *information quality*, *perceived utilitarian*, *system quality* terhadap *user satisfaction* tidak terdapat pengaruh signifikan.

Kata Kunci: DeLone, McLean, Model SCSJ, User Experience, User Satisfaction

1. INTRODUCTION

Saat ini untuk mendapatkan hiburan tidak hanya secara langsung didunia nyata tetapi juga bisa didapatkan didunia maya. Perkembangan teknologi yang semakin canggih menjadikan munculnya fasilitas hiburan dunia maya. Fungsi hiburan cukup penting, disamping untuk menghilangkan penat, hiburan mampu menjadi media dalam berinteraksi dan komunikasi. Pada saat ini banyak sekali media hiburan yang beragam

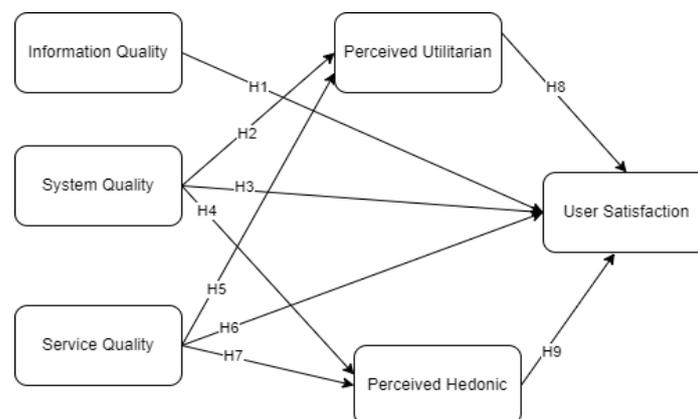
jenis mulai dari TikTok, Netflix, Viu, Webtoon, hingga saat ini sedang populer dikalangan penyuka musik Korean Pop yaitu VLive, dan masih banyak juga media hiburan lainnya. VLive adalah layanan siaran video langsung atau *streaming* asal Korea Selatan yang memungkinkan selebritis yang berasal dari Negara tersebut untuk menyiarkan video langsung di internet untuk berkomunikasi dengan penggemarnya. Layanan siaran tersedia secara daring melalui perangkat seluler *Android* (Google Play Store) dan *iOS* (App Store). Layanan ini dimiliki oleh Naver Corporation yang diluncurkan pada akhir Agustus 2015 dan dikembangkan oleh Weverse Company[1].

Seiring pertumbuhan media hiburan yang cepat dan beragam serta menimbulkan persaingan yang semakin ketat, mengharuskan para penyelenggara dunia hiburan harus mampu memberikan kepuasan kepada penggunanya demi memenangkan persaingan tersebut. Maka dari itu, untuk terus memenuhi kepuasan pada pengguna dibutuhkan sesuatu yang lebih dari sekedar fungsionalitas pada teknologi tersebut yaitu adanya keterlibatan pengalaman pengguna yang lebih menekankan pada perasaan senang dan menikmati teknologi tersebut[2].

Untuk mengukur kepuasan pengguna aplikasi VLive, peneliti mengadopsi model DeLone & McLean. Model DeLone & McLean memiliki variabel-variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi untuk mendukung keberhasilan suatu media hiburan dengan menambahkan persepsi *perceived utilitarian value* dan *hedonic value* yang merupakan dimensi utama yang mewakili *IT user experience* [3]. Walau demikian, penelitian yang membahas hubungan antara *user experience* dan kepuasan pengguna masih terbilang sedikit. Salah satu penelitian yaitu Yusrina 2021 yang meneliti pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi pembelian Shopee yang menggunakan model DeLone & Mclean[4]. Setelah itu, ada Amalina 2018 yang meneliti *user experience* terhadap kepuasan pengguna aplikasi GAMPIL. [5] Maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengukur pengaruh dari pengalaman yang didapat pengguna terhadap kepuasan pengguna mobile aplikasi hiburan VLive.

2. BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh dari persepsi pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi mobile VLive dan menguji beberapa hipotesis terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna pada aplikasi *mobile* VLive. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner secara tidak langsung melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur Google Forms untuk pengisian kuesioner dan menggunakan 5 pilihan skala likert sebagai skala pengukuran untuk mengukur jawaban responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* yang populasinya dari seluruh pengguna VLive di Indonesia. Untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan *tools* SmartPLS3. Model yang digunakan pada penelitian ini adalah DeLone & McLean yang memiliki enam variabel, yaitu kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*), dan manfaat bersih (*net benefit*). Namun, peneliti hanya menggunakan empat variabel dari enam variabel tersebut yang ditunjukkan pada *figure 1* yaitu kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*), dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Pada penelitian tersebut menambahkan variabel *perceived utilitarian* dan *perceived hedonic*.



Gambar 1. Model Penelitian

2.1 USER EXPERIENCE

User Experience (UX) adalah istilah baru yang digunakan dalam bidang interaksi manusia-komputer. Ini adalah konsep yang lebih luas dalam desain interaksi. Menurut *Nielsen Norman Group*, mendefinisikan UX

karena memahami semua aspek interaksi pengguna akhir. Inti penting pertama dari UX adalah pemahaman dan akibatnya memenuhi kebutuhan pengguna. Kedua, itu akan mengarah pada kesederhanaan dan atribut elegan dari suatu produk atau sistem yang menciptakan pengalaman positif seperti kesenangan untuk memiliki dan menggunakan. Penelitian oleh komunitas akademis terhadap UX membahas bahwa UX berhubungan dengan subyektif, sangat terletak dan bersifat dinamis. UX bukan hanya tentang fungsi, fitur, dan antarmuka pengguna yang menarik dari suatu produk atau sistem. Namun dapat diperluas ke aspek psikologis yang meliputi aspek kognitif, sosio-kognitif dan afektif seperti kenikmatan pengguna, pengalaman estetika, keinginan untuk mengulang penggunaan dan keputusan positif ketika berinteraksi dengan sistem atau program. [6].

2.2 DeLone & McLean

Pada konferensi Internasional pertama tentang sistem informasi, bahwa bidang IS untuk membangun disiplin yang koheren memiliki variabel dependen. Pada tahun 1992, DeLone dan McLean mendefinisikan bahwa sistem informasi sebagai variabel dependen dari lapangan. Tinjauan literatur mereka menghasilkan taksonomi keberhasilan SI yang terdiri dari enam variabel: Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, Dampak Individu, dan Dampak Organisasi. Model tersebut juga mengidentifikasi berbagai hubungan di antara variabel-variabel keberhasilan ini; tetapi, pada saat yang sama, peneliti memperingatkan bahwa model tersebut membutuhkan "pengembangan dan validasi lebih lanjut" [7]. DeLone dan McLean mengidentifikasi kategori keberhasilan sistem dengan memetakan aspek keberhasilan SI ke masing-masing tingkat efektivitas Mason. Analisis ini menghasilkan enam variabel keberhasilan SI: Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, Dampak Individu, dan Dampak Organisasi. Kualitas Sistem setara dengan tingkat teknis komunikasi, sedangkan Kualitas Informasi setara dengan tingkat semantik komunikasi. Empat variabel lainnya dipetakan ke subkategori tingkat efektivitas Mason. Penggunaan terkait dengan "penerimaan informasi".

2.3 Kepuasan Pengguna

Kepuasan/ketidakpuasan pengguna merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Menurut Kotler (1997) dalam [8] mengatakan bahwa kepuasan adalah hasil yang dirasakan oleh pengguna yang mengalami kinerja sebuah lembaga yang sesuai dengan harapannya. Kepuasan dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana bagaimana perasaan seseorang baik kesenangan atau kekecewaan yang menggambarkan hasil dari perbandingan kinerja produk/jasa yang dirasakan dan diharapkan [9].

2.4 PLS-SEM

Ada empat aspek dari proses analisis PLS-SEM terstruktur, bahwa penelitian sebelumnya tentang penggunaan PLS-SEM diidentifikasi sebagai relevan : (1) menentukan tujuan penelitian, (2) spesifikasi model structural, (3) spesifikasi model pengukuran, dan (4) evaluasi hasil.



Gambar 2. Analisis PLS-SEM

Evaluasi model PLS ini meliputi dua tahap yaitu evaluasi *outer model* atau pengukuran model dan evaluasi terhadap *inner model* atau structural model. [10]

3. HASIL DAN ANALISIS

Pengujian pada penelitian ini bersifat eksploratoris atau peluasan teori, serta tidak mensyaratkan variabel-variabelnya untuk memenuhi kriteria analisis parametrik seperti normalitas multivariat dan ukuran sampel besar. Penelitian ini dibantu dengan aplikasi SmartPLS3, ditunjukkan pada gambar 3.

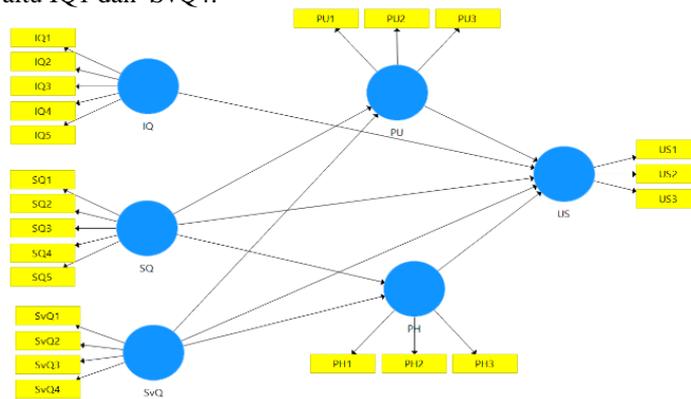
3.1 Hasil Analisis Pengukuran Model (*Outer Model*)

Dalam tahap ini dilakukan pengukuran model (*outer model*). Tahapan ini terdiri dari empat tahap pengujian yaitu *individual indicator reliability*, *internal consistency reliability*, *average variance extracted* dan *discriminant validity*.

3.1.1. *Individual Indicator Reliability*

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap indikator dengan variabelnya yaitu dengan melihat hasil *outer loading*. Diketahui bahwa nilai *outer loading* dengan nilai diatas 0,7 dikatakan sangat ideal dan valid, namun jika nilai *outer loading*

diatas 0,6 maka masih dapat dikatakan cukup valid dan diterima. Dari hasil tersebut terdapat dua yang tidak memenuhi nilai ideal yaitu IQ1 dan SvQ4.



Gambar 3. Model Keseluruhan

3.1.2. Internal Consistency Reliabiloty

Tahap *internal consistency reliability* ini mengecek nilai *construct reliability and validity*. Nilai *composite reliability* memiliki ambang batas diatas 0,7. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa nilai *composite reliability* dari seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai diatas 0,7, artinya variabel semua dapat diterima dan valid juga memenuhi syarat untuk digunakan.

3.1.3. Average Variance Extracted (AVE)

Pengujian disini untuk mengetahui nilai *average variance extracted (AVE)*. Nilai AVE ini menunjukkan besarnya varian indikator yang terkandung dalam variabel konstruk. Ambang batas yang digunakan AVE adalah 0,5. Hasil uji nilai AVE pada penelitian ini bahwa nilai AVE sudah melebihi 0,5 sehingga dapat diterima dan dikatakan baik untuk digunakan pada penelitian ini.

3.1.4. Discriminant Validity

Tahap pengujian *discriminant validity* untuk memeriksa nilai *cross loading* dan *cross loading fornell-lacker's*. Hasil pengujian Keseluruhan dapat dilihat pada tabel 1.

Table.1 Hasil Keseluruhan *Outer Model*

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Cross loadings						AVE	CR
			IQ	PH	PU	SQ	SvQ	US		
IQ	IQ2	0,797	0,797	0,504	0,478	0,495	0,482	0,541	0,613	0,864
	IQ3	0,822	0,822	0,617	0,510	0,556	0,531	0,567		
	IQ4	0,742	0,742	0,581	0,455	0,545	0,387	0,504		
	IQ5	0,769	0,769	0,571	0,544	0,672	0,572	0,585		
PH	PH1	0,862	0,543	0,862	0,642	0,587	0,434	0,677	0,743	0,897
	PH2	0,870	0,653	0,870	0,673	0,550	0,420	0,733		
	PH3	0,854	0,679	0,854	0,616	0,628	0,480	0,676		
PU	PU1	0,824	0,572	0,700	0,824	0,599	0,455	0,649	0,659	0,852
	PU2	0,883	0,568	0,668	0,883	0,632	0,576	0,651		
	PU3	0,720	0,388	0,415	0,720	0,483	0,500	0,439		
SQ	SQ1	0,766	0,586	0,477	0,531	0,766	0,591	0,537	0,599	0,882
	SQ2	0,789	0,588	0,652	0,610	0,789	0,561	0,661		
	SQ3	0,800	0,537	0,564	0,519	0,800	0,572	0,519		
	SQ4	0,779	0,545	0,496	0,562	0,779	0,610	0,640		
	SQ5	0,734	0,558	0,417	0,504	0,734	0,617	0,470		
SvQ	SvQ1	0,836	0,492	0,390	0,504	0,635	0,836	0,555	0,746	0,898
	SvQ2	0,864	0,575	0,468	0,518	0,676	0,864	0,557		
	SvQ3	0,891	0,573	0,477	0,597	0,657	0,891	0,590		
	US1	0,902	0,623	0,743	0,691	0,635	0,559	0,902		
US	US2	0,872	0,569	0,699	0,597	0,645	0,590	0,872	0,778	0,913
	US3	0,871	0,668	0,693	0,626	0,675	0,589	0,871		

3.2. Hasil Model Struktural (Inner Model)

Pada analisis *Inner Model* terdapat enam tahapan pengujian yaitu pengujian *path coefficient*(β), *coefficient of determination* (R^2), *t-test* menggunakan metode *bootstrapping*, *effect size* (f^2), *predictive*

relevance (Q^2) dan *relative impact* (q^2). Pengukuran structural model dilakukan untuk dapat mengetahui hubungan antara konstruk yang dihipotesiskan oleh peneliti.

3.2.1. Path Coefficient (β)

Pengujian *path coefficient* dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel. Nilai *path coefficient* yang dikatakan memiliki pengaruh terhadap model penelitian memiliki ambang batas 0,1 [4]. Berdasarkan hasil penelitian ini dari 9 jalur yang ada pada model penelitian terdapat 3 jalur yang tidak signifikan memiliki nilai di bawah 0,1 yaitu IQ \rightarrow US (0,050), PU \rightarrow US (0,091), SvQ \rightarrow PH (-0,004). Hasil Penelitian dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel.2 Path Coefficient

Hubungan antar Variabel	Path Coefficient
IQ \rightarrow US	0,050
PH \rightarrow US	0,502
PU \rightarrow US	0,091
SQ \rightarrow PH	0,685
SQ \rightarrow PU	0,549
SQ \rightarrow US	0,144
SvQ \rightarrow PH	-0,004
SvQ \rightarrow PU	0,210
SvQ \rightarrow US	0,200

3.2.2. Coefficient of Determination (R^2)

Pengujian tahap ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel laten dependen yang dianggap dipengaruhi oleh variabel laten independen. Pengujian ini memiliki tiga standar pengukuran yaitu 0,670 diartikan kuat, 0,333 diartikan moderat, dan 0,190 atau dibawahnya menunjukkan tingkat lemah. Pada penelitian ini terdapat 3 variabel laten dependen yaitu *User Satisfaction*, *Perceived Utilitarian*, dan *Perceived Hedonic*.

Tabel.3 Coefficient Of Determination

Variabel	R^2
<i>User Satisfaction</i> (US)	0,744
<i>Perceived Utilitarian</i> (PU)	0,521
<i>Perceived Hedonic</i> (PH)	0,466

3.2.3. T-test

Pengujian *t-test* dilakukan dengan metode *bootstrapping* dengan *two-tailed* dimana tingkat signifikan yang digunakan adalah 5% yang artinya nilai *t-test* harus lebih besar dari 1,96. Dari hasil penelitian ini terdapat 4 hipotesis ditolak dan 5 lainnya diterima.

Tabel. 4 T-Test

Hubungan Antar Variabel	<i>t-statistic</i>	Analisis
IQ \rightarrow US	0,641	Ditolak
PH \rightarrow US	4,241	Diterima
PU \rightarrow US	0,617	Ditolak
SQ \rightarrow PH	6,398	Diterima
SQ \rightarrow PU	5,559	Diterima
SQ \rightarrow US	1,777	Ditolak
SvQ \rightarrow PH	0,039	Ditolak
SvQ \rightarrow PU	2,123	Diterima
SvQ \rightarrow US	2,327	Diterima

3.2.4. Effect Size (f^2)

Pengujian ini dilakukan untuk memprediksi serta mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam structural model. Pengujian *effect size* ini memiliki tiga pengukuran yaitu 0,02 pengaruh kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah dan 0,35 untuk pengaruh besar, sementara nilai *effect size* di bawah 0,02 tidak memiliki pengaruh pada struktur model.

Tabel. 5 Effect Size

Hx	Hipotesis Hubungan	f^2			Analisis f^2
		R^2 -in	R^2 -ex	ΣR^2	
H1	IQ → US	0,744	0,743	0,004	Tidak berpengaruh
H2	PH → US	0,744	0,664	0,312	Menengah
H3	PU → US	0,744	0,741	0,011	Tidak berpengaruh
H4	SQ → PH	0,466	0,266	0,374	Besar
H5	SQ → PU	0,521	0,395	0,263	Menengah
H6	SQ → US	0,744	0,738	0,023	Kecil
H7	SvQ → PH	0,466	0,466	0,000	Tidak berpengaruh
H8	SvQ → PU	0,521	0,502	0,039	Kecil
H9	SvQ → US	0,744	0,728	0,062	kecil

3.2.5. Predictive Relevance (Q^2)

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *blindfolding* untuk mendapatkan bukti bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam suatu model memiliki keterkaitan secara prediktif dengan variabel lainnya dengan model tersebut dengan ambang batas pengukuran diatas nol.

Tabel. 6 Predictive Relevance

Variabel	Q^2
Perceived Hedonic (PH)	0,339
Perceived Utilitarian (PU)	0,329
User Satisfaction (US)	0,559

3.2.6. Relative Impact (q^2)

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding* untuk mengukur dampak relative sebuah keterkaitan prediktif variabel tertentu dengan variabel lainnya dengan nilai ambang batas 0,02 untuk pengaruh kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah dan 0,35 untuk pengaruh besar.

Tabel. 7 Relative Impact

Hx	Hipotesis Hubungan	q^2			Analisis q^2
		Q^2 -in	Q^2 -ex	Σq^2	
H1	IQ → US	0,559	0,564	-0,011	Tidak berpengaruh
H2	PH → US	0,559	0,498	0,138	Kecil
H3	PU → US	0,559	0,560	-0,002	Tidak berpengaruh
H4	SQ → PH	0,339	0,194	0,219	Menengah
H5	SQ → PU	0,329	0,255	0,110	Menengah
H6	SQ → US	0,559	0,588	-0,065	Tidak berpengaruh
H7	SvQ → PH	0,339	0,342	-0,004	Tidak berpengaruh
H8	SvQ → PU	0,329	0,320	0,013	Tidak berpengaruh
H9	SvQ → US	0,559	0,548	0,025	Kecil

Hasil keseluruhan dari *inner model* ini bisa dilihat pada tabel 8.

Tabel. 8 Hasil Keseluruhan Inner Model

Hipotesis		β	t-test		f^2		R^2		q^2		Q^2		Analisis				
Hx	Hubungan		R^2 -in	R^2 -ex	ΣR^2	Q^2 -in	Q^2 -ex	Σq^2	β	t-test	R^2	f^2	Q^2	q^2			
H1	IQ → US	0,050	0,656	0,744	0,743	0,004	0,744	0,559	0,564	-0,011	0,599	insign	Ditolak	K	k	PR	k
H2	PH → US	0,502	4,303	0,744	0,664	0,312	0,744	0,559	0,498	0,138	0,599	sign	Diterima	K	m	PR	k
H3	PU → US	0,091	0,608	0,744	0,741	0,011	0,744	0,559	0,560	-0,002	0,599	insign	Ditolak	K	k	PR	k
H4	SQ → PH	0,685	6,266	0,466	0,266	0,374	0,466	0,339	0,194	0,219	0,339	sign	Diterima	M	b	PR	m
H5	SQ → PU	0,549	5,322	0,521	0,395	0,263	0,521	0,329	0,255	0,110	0,329	Sign	Diterima	M	m	PR	m
H6	SQ → US	0,144	1,731	0,744	0,738	0,023	0,744	0,559	0,588	-0,065	0,599	Sign	Ditolak	K	k	PR	k
H7	SvQ → PH	0,004	0,036	0,466	0,466	0,000	0,466	0,339	0,342	-0,004	0,339	Insign	Ditolak	M	k	PR	k
H8	SvQ → PU	0,210	2,100	0,521	0,502	0,039	0,521	0,329	0,320	0,013	0,329	sign	Diterima	M	k	PR	k
H9	SvQ → US	0,200	2,304	0,744	0,728	0,062	0,744	0,559	0,548	0,025	0,599	Sign	Diterima	K	k	PR	k

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna media hiburan *mobile application* VLive, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *perceived hedonic* dan *service quality* dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada *mobile application* VLive sehingga bisa bersaing dengan aplikasi media hiburan lainnya.
2. Hubungan variabel *information quality* dan *system quality* terhadap *user satisfaction* dinyatakan ditolak karena berdasarkan hasil pengujian *t-test* ini keduanya berada dibawah ambang batas *t-test* 1,96 dengan nilai $IQ \rightarrow US$ (0,641) dan $SQ \rightarrow US$ (1,777) dan berdasarkan f^2 dan q^2 hipotesis ini juga memiliki nilai pengaruh yang kecil sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis keduanya tidak memiliki pengaruh signifikan.
3. Variabel *perceived utilitarian* (PU) dan *perceived hedonic* (PH) adalah yang memiliki *user experience*. Hubungan antara PU terhadap US tidak memiliki pengaruh signifikan karena berdasarkan hasil pengujian *path coefficient* dan *t-test* pada penelitian ini berada di bawah ambang batas $PU \rightarrow US$ (0,091) dan nilai *t-test* (0,617), sedangkan hubungan $PH \rightarrow US$ itu memiliki pengaruh signifikan dengan nilai *path coefficient* (0,502) dan *t-test* (4,241). Sehingga dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pengguna aplikasi VLive ini dipengaruhi oleh pengalaman yang menyenangkan bagi penggemar dalam menggunakan aplikasi VLive.
4. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi VLive adalah kualitas sistem (*system quality*), *perceived hedonic*, serta *service quality* yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang signifikan.

REFERENSI

- [1] A. Aisyah and N. Y. Jin, “K-Pop V fansubs, V LIVE and NAVER dictionary: Fansubbers’ synergy in minimising language barriers,” *3L Lang. Linguist. Lit.*, vol. 23, no. 4, pp. 112–127, 2017, doi: 10.17576/3L-2017-2304-09.
- [2] D. Putri Sekti Ari and L. Hanum, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Djp Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Modifikasi E Govqual,” *Profit*, vol. 15, no. 01, pp. 104–111, 2021, doi: 10.21776/ub.profit.2021.015.01.11.
- [3] M. Hassenzahl, “The Thing and I: Understanding the Relationship Between User and Product,” no. January 2005, pp. 301–313, 2018, doi: 10.1007/978-3-319-68213-6_19.
- [4] S. Hidayatuloh, R. H. Kusumaningtyas, and Y. Aziati, “Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean,” *Appl. Inf. Syst. Manag.*, vol. 2, no. 2, pp. 73–83, 2021, doi: 10.15408/aism.v2i2.20159.
- [5] N. Amalina and S. H. Helni Mutiarsih Jumhur, “The Influence of User Experience towards User Satisfaction of E-Government Service: a Case Study of GAMPIL Application,” *Int. J. Sci. Res. Publ.*, vol. 8, no. 3, pp. 254–259, 2018, doi: 10.29322/ijsrp.8.3.2018.p7538.
- [6] Z. Zahidi, Y. P. Lim, and P. C. Woods, “User experience for digitisation and preservation of cultural heritage,” *Proc. - 2013 Int. Conf. Informatics Creat. Multimedia, ICICM 2013*, pp. 13–16, 2013, doi: 10.1109/ICICM.2013.11.
- [7] S. Petter and E. R. McLean, “A meta-analytic assessment of the DeLone and McLean IS success model: An examination of IS success at the individual level,” *Inf. Manag.*, vol. 46, no. 3, pp. 159–166, 2009, doi: 10.1016/j.im.2008.12.006.
- [8] I. nyoman kanca and N. P. Dartini, “tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan akademik jurusan penjaskesrek,” 2015, □□□□□□.
- [9] M. Yulianti, “Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Operator Seluler Di Indonesia,” *e-Proceeding Manag.*, vol. 4, no. 1, pp. 111–118, 2017.
- [10] C. M. Ringle, M. Sarstedt, R. Mitchell, and S. P. Gudergan, “Partial least squares structural equation modeling in HRM research,” *Int. J. Hum. Resour. Manag.*, vol. 31, no. 12, pp. 1617–1643, 2020, doi: 10.1080/09585192.2017.1416655.