

Analisis Persepsi dan Kepuasan Gen Z Atas Konten Tiktok Pada BPS Kabupaten Bekasi

Hana Nur Asy Syifa¹, Nurul Ichsan², Haerul Fatah³, Tri Wahyuni⁴, Erni Ermawati⁵, Indriyanti⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: ¹hananurasysyifa@gmail.com, ²nurul.nrc@bsi.ac.id, ³haerul.hef@bsi.ac.id, ⁴tri.twy@bsi.ac.id, ⁵erni.ert@bsi.ac.id, ⁶indriyanti.iyt@bsi.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam pola konsumsi media, terutama di kalangan Generasi Z yang merupakan pengguna aktif media sosial seperti TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan kepuasan Gen Z terhadap konten TikTok dengan pendekatan End-User Computing Satisfaction (EUCS) yang mencakup lima dimensi: content, accuracy, format, ease of use, dan Timeliness. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden Gen Z di Kabupaten Bekasi. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima variabel EUCS berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna secara parsial maupun simultan. Variabel ease of use menunjukkan skor tertinggi (88,12%), diikuti oleh content (86,64%) dan, Timeliness (84,57%) yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan dan ketepatan waktu konten sangat menentukan kepuasan pengguna. Model regresi menghasilkan nilai R² sebesar 0,516, yang berarti 51,6% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh lima variabel EUCS. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pembuat konten dan pelaku industri digital dalam meningkatkan kualitas interaksi dan loyalitas pengguna di kalangan Gen Z terhadap platform digital, khususnya TikTok.

Kata Kunci: TikTok, Generasi Z, EUCS, Kepuasan Pengguna, Konten Kreatif

Abstract

Advances in digital technology have driven a transformation in media consumption patterns, particularly among Generation Z, who are active users of social media platforms such as TikTok. This study aims to analyze Generation Z's perceptions of and satisfaction with TikTok content using the End-User Computing Satisfaction (EUCS) approach, which encompasses five dimensions: content, accuracy, format, ease of use, and timeliness. The research method used was quantitative, involving the distribution of a questionnaire to 100 Gen Z respondents in Bekasi Regency. The data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS version 27. The results indicate that all five EUCS variables have a significant effect on user satisfaction, both partially and simultaneously. The ease of use variable showed the highest score (88.12%), followed by content (86.64%) and timeliness (84.57%), indicating that ease of use and the timeliness of content are key determinants of user satisfaction. The regression model yielded an R² value of 0.516, meaning that 51.6% of the variation in user satisfaction can be explained by the five EUCS variables. These findings provide an important contribution to content creators and digital industry players in improving the quality of user interactions and fostering user loyalty among Gen Z toward digital platforms, particularly TikTok.

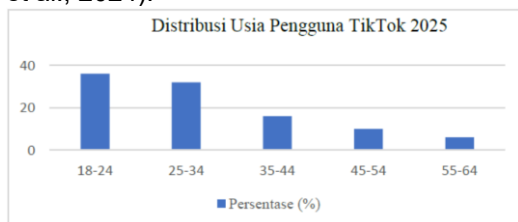
Keywords: TikTok, Generasi Z, EUCS, Kepuasan Pengguna, Konten Kreatif

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan konsumsi informasi masyarakat modern. Salah satu dampak paling nyata dari transformasi ini adalah munculnya berbagai platform media sosial

yang menawarkan kemudahan akses, interaksi, serta berbagi konten secara instan. Salah satu aplikasi hiburan yang populer saat ini adalah TikTok, yang pertama kali diperkenalkan oleh Zhang Yiming pada tahun 2016 di Tiongkok (Varahim, 2024).

TikTok membebaskan pengguna membuat konten berdurasi singkat dengan berbagai efek visual dan pilihan musik yang menarik (Novemnur et al., 2024). TikTok memiliki fitur-fitur interaktif dan algoritma yang personal, menjadi ruang digital yang dominan bagi generasi muda. Generasi Z, yang lahir antara 1997-2012 dimana pada tahun 2025 mereka berusia 13-28 tahun, tumbuh dalam era teknologi dan dikenal sebagai generasi internet yang terbiasa berinteraksi dengan gadget dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Nurlaila et al., 2024).



Gambar 1. Grafik Usia Pengguna TikTok 2025

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-april-global-statshot>

Menurut laporan Digital 2025 April Global Statshot oleh (We Are Social et al., 2025), pengguna TikTok global didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun yang mencakup 36% dari total pengguna usia 18 tahun ke atas seperti yang tertera pada gambar 1. Persentase ini merupakan yang tertinggi dibandingkan kelompok usia lainnya, menegaskan bahwa Gen Z merupakan segmen utama dalam penggunaan TikTok.

Berdasarkan data dari (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, 2025) mencatat bahwa jumlah penduduk Gen Z yang berusia 15-29 tahun mencapai lebih dari 700 ribu jiwa, terdiri dari 374.172 laki-laki dan 361.016 perempuan. Jumlah yang besar ini menunjukkan potensi signifikan dalam memahami pola konsumsi media digital mereka, terutama dalam konteks konten kreatif di TikTok.

TikTok telah berhasil menarik perhatian dari berbagai kalangan. Namun, tidak semua konten kreatif di platform ini mampu membangun loyalitas dan kepuasan pengguna (Novemnur et al., 2024). Sebagian besar konten hanya fokus pada tren sesaat tanpa memperhatikan kualitas informasi, format penyajian, dan relevansi terhadap kebutuhan audiens.

Fenomena ini dapat menghambat keberlanjutan interaksi pengguna dan

menjadi masalah penting dalam konteks media sosial, karena TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk edukasi dan aktivisme yang membutuhkan keberlanjutan kualitas konten. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi dan kepuasan pengguna terhadap konten TikTok.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap sistem atau aplikasi berbasis teknologi informasi adalah metode End User Computing Satisfaction (EUCS) yang dikembangkan oleh William J. Doll & Gholarezam Torkzadeh pada tahun 1988. EUCS meliputi lima komponen yang terdiri dari: Isi (content), Akurasi (accuracy), Bentuk (format), Kemudahan (ease of use), dan Ketepatan Waktu (Timeliness) (Niqotaini, 2021).

Studi sebelumnya telah banyak menggunakan metode EUCS untuk mengukur kepuasan pengguna berdasarkan dimensi-dimensi tertentu, seperti konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu. Tabel 1 berikut merangkum penelitian-penelitian terkait yang relevan sebagai dasar untuk mendalami topik dan memberikan perspektif untuk penelitian ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Fokus Penelitian	Objek Penelitian	Metode	Hasil Utama
1	(Mulyani et al., 2024)	Pengaruh EUCS terhadap kepuasan Gen Z di TikTok Shop	Pengguna TikTok Shop (Gen Z)	EUCS	Konten, format dan ketepatan waktu berpengaruh signifikan; akurasi dan kemudahan tidak signifikan
2	(Trisya et al., 2024)	Kepuasan pengguna aplikasi TikTok berdasarkan metode EUCS	Mahasiswa pengguna aplikasi TikTok di Kota Pekanbaru	EUCS	Hanya variabel <i>content</i> yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

3	(Ramadhanti et al., 2023)	Kepuasan pengguna aplikasi TIX ID di Kota Jambi dengan EUCS	Pengguna aplikasi TIX ID (Kota Jambi)	EUCS	Aspek ketepatan waktu dan format memuaskan, namun konten dan kemudahan penggunaan perlu perbaikan
---	---------------------------	---	---------------------------------------	------	---

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada responden Gen Z di Kabupaten Bekasi. Data dianalisis menggunakan model analisis regresi dan pengujian instrumen berbasis EUCS. Tools statistik seperti IBM SPSS digunakan untuk menguji validitas, reliabilitas, serta pengaruh antar variabel dalam model. Pemilihan metode ini bertujuan untuk memperoleh data kuantitatif yang kuat dan dapat diinterpretasikan secara objektif.

2. Metode Penelitian

2.1 End User Computing Satisfaction (EUCS)

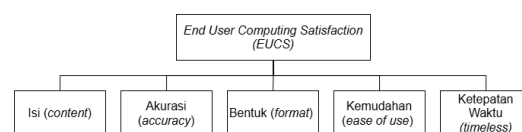
Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap sistem atau aplikasi berbasis teknologi informasi adalah metode End User Computing Satisfaction (EUCS). Pendekatan EUCS ini merupakan sebuah model evaluasi yang dikembangkan oleh William J. Doll & Gholarezam Torkzadeh di salah satu jurnal penelitian Universitas Minnesota pada tahun 1988.

Menurut Doll dan Torkzadeh, metode End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah suatu pendekatan penelitian yang mengintegrasikan kuesioner untuk mengukur kepuasan pengguna dengan cara membandingkan harapan dan kenyataan (Met al., 2024). Metode ini telah banyak digunakan dalam berbagai studi untuk mengevaluasi sistem informasi dan teknologi, serta membantu organisasi dalam memahami pengalaman pengguna dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

Menurut penelitian oleh (Rizqulloh & Putra, 2024), Model End User Computing Satisfaction (EUCS) digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu sistem

informasi. Sebuah sistem informasi dapat dikatakan andal apabila memiliki kualitas yang memadai serta mampu memenuhi harapan dan kebutuhan penggunanya.

Dalam penelitian lain, menurut (Sugandi & Halim, 2020) End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah instrumen yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu sistem atau aplikasi, dan hasilnya akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik. End User Computing Satisfaction (EUCS) memiliki lima instrument yaitu terdiri dari Isi (content), Akurasi (accuracy), Bentuk (format), Kemudahan Penggunaan (ease of use), dan Ketepatan Waktu (Timeliness).



Gambar 2. Model EUCS (Doll & Torkzadeh, 1988)

Sumber: Doll & Torkzadeh (1988)

Berikut penjelasan dari setiap instrument pengukuran metode EUCS yang ada pada gambar 2:

1. Isi (content). Dimensi ini mengukur seberapa relevan konten atau informasi yang disediakan oleh sistem atau aplikasi bagi penggunanya. Konten yang relevan dan berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan dan meningkatkan nilai aplikasi bagi pengguna.
2. Akurasi (accuracy). Kepuasan pengguna diukur dengan melihat tingkat akurasi dan ketepatan informasi yang disediakan oleh aplikasi. Informasi yang tidak akurat dapat menyebabkan ketidakpuasan dan bahkan mengurangi loyalitas pengguna.
3. Bentuk (format). Komponen bentuk mengukur kepuasan pengguna dengan tampilan dan estetika keindahan antarmuka sistem yang mereka gunakan. Format yang baik dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dan mempermudah pengguna dalam mengakses informasi dengan efisien.
4. Kemudahan Penggunaan (ease of use). Dimensi ini mengukur apakah sistem cukup memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses semua fitur yang tersedia seperti memasukkan

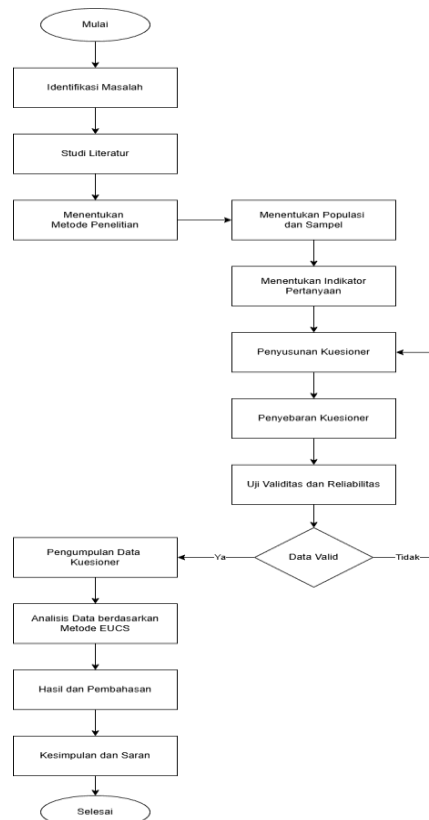
data, memproses data, pengolahan data, hingga pencarian informasi sesuai kebutuhan pengguna.

5. Ketepatan Waktu (Timeliness). Dimensi ini mengevaluasi kepuasan pengguna dengan informasi yang dihasilkan oleh sistem dengan ketepatan waktu yang tinggi. Sistem seperti ini juga dinamakan sistem real time, di mana setiap permintaan pemrosesan data yang diajukan oleh pengguna dapat diproses dan hasilnya ditampilkan dengan cepat dan akurat.

2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian bertujuan sebagai gambaran umum kerangka kerja sistematis yang digunakan untuk mengatur dan mengarahkan proses penelitian agar tujuan penelitian dapat tercapai secara efektif dan efisien. Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan pendekatan secara kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel yang telah ditentukan, yaitu dimensi End-User Computing Satisfaction (EUCS) sebagai variabel independen dan kepuasan pengguna TikTok sebagai variabel dependen.

Pendekatan survei digunakan untuk mengumpulkan data dari responden secara langsung menggunakan kuesioner terstruktur yang telah disusun berdasarkan indikator-indikator pada model EUCS. Dengan menggunakan survei, penelitian ini mampu memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengetahui pengaruh dimensi EUCS terhadap kepuasan pengguna TikTok di kalangan Generasi Z di Kabupaten Bekasi. Desain penelitian tergambar dalam gambar 3.



Gambar 3. Desain Penelitian

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum mendistribusikan kuesioner kepada 100 responden, peneliti melakukan pengujian kuesioner dengan uji validitas dan uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner, sehingga data yang diperoleh akurat, konsisten, dan relevan dengan tujuan penelitian.

Ukuran sampel pengujian kuesioner dalam penelitian ini melibatkan 30 responden Gen Z di Kabupaten Bekasi dengan cara penyebaran kuesioner secara online. Hasil yang didapatkan dari setiap pengujian kuesioner adalah sebagai berikut:

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan dalam kuesioner penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran akurat dan relevan, sehingga instrumen dikatakan layak digunakan dalam penelitian ini. Data yang valid akan menghasilkan kesimpulan yang lebih akurat dan dapat dipercaya.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson (Product Moment) dengan membandingkan antara skor setiap item pertanyaan dengan total skor masing-masing variabel. Kriteria pengujian ditetapkan dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dan jumlah responden (n) sebanyak 30 orang, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Item pertanyaan dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,361) dan signifikansi (Sig. 2-tailed) $< 0,05$.

Berdasarkan hasil rekapitulasi perhitungan uji validitas yang dilakukan, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dengan rumus r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan tingkat signifikansi (Sig. 2-tailed) yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam melakukan penelitian.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian seperti kuesioner dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil jika digunakan untuk mengukur objek yang sama berulang kali. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan IMB SPSS Versi 27 dengan teknik Cronbach's Alpha, yaitu untuk mengukur konsistensi interval antar item dalam instrumen.

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Menurut Sekaran "reliabilitas kurang dari 0,6 adalah cukup baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik" (Priyatno, 2012). Uji ini dilakukan terhadap setiap variabel penelitian untuk memastikan bahwa item pertanyaan yang digunakan mampu mengukur variabelnya secara konsisten. Berikut adalah hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Setiap Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Content	0.744	5	0.60	RELIABEL
Accuracy	0.695	4	0.60	RELIABEL
Format	0.728	5	0.60	RELIABEL

Ease of use	0.638	5	0.60	RELIABEL
Timeliness	0,867	6	0.60	RELIABEL
Kepuasan umum	0,859	7	0.60	RELIABEL

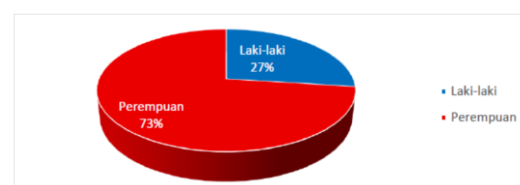
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel hasil rekapitulasi perhitungan uji reliabilitas dapat diketahui bahwa tingkat reliabilitas dari kelima variabel End User Computing Satisfaction (EUCS) dan satu variabel tambahan dalam penelitian seluruhnya menghasilkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari (0,6), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk mengukur persepsi responden secara konsisten serta dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3.2 Hasil Analisis

3.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan distribusi kuesioner kepada 100 responden sesuai dengan populasi sampel penelitian. Hasil dari responden tersebut, diketahui karakteristik responden terbagi dalam 4 kategori yang merupakan pengguna TikTok Gen Z di Kabupaten Bekasi, yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pengalaman penggunaan TikTok, dan intensitas penggunaan TikTok dalam waktu seminggu. Hasil analisis akan dijelaskan secara lebih detail sebagai berikut:

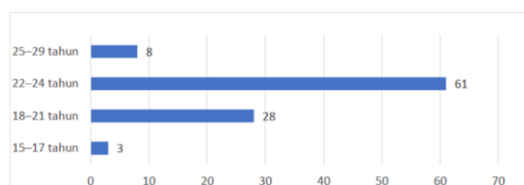


Gambar 4. Diagram Jenis Kelamin
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Pada gambar 4 diagram kategori jenis kelamin, diketahui data responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Berdasarkan representasi grafis gambar III.1 menunjukkan bahwa responden perempuan berjumlah sebanyak 73% atau 73 orang dari total jenis kelamin keseluruhan, sedangkan laki-laki berjumlah 27% atau 27 orang. Proporsi ini mengindikasikan bahwa mayoritas

pengguna TikTok Gen Z di Kabupaten Bekasi adalah perempuan.

Dominasi responden perempuan dalam penelitian ini sejalan dengan data global yang ditampilkan oleh (Statista, 2025), yang menunjukkan bahwa pengguna aktif TikTok secara keseluruhan didominasi oleh perempuan, khususnya pada kelompok usia muda. Hal ini memperkuat validitas temuan bahwa perempuan merupakan pengguna aktif TikTok, tidak hanya secara global tetapi juga dalam konteks lokal seperti di Kabupaten Bekasi.



Gambar 5. Diagram Usia

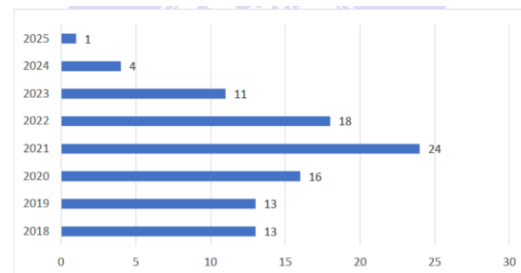
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data representasi grafis gambar 5, distribusi usia responden yang tergolong dalam Gen Z di Kabupaten Bekasi menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TikTok berada pada rentang usia 22-24 tahun, yaitu sebesar 61%. Kelompok usia ini umumnya berada dalam fase akhir masa kuliah atau awal memasuki dunia kerja. Dominasi kelompok ini mengindikasikan bahwa mereka memiliki tingkat keterlibatan teknologi yang tinggi serta ketertarikan terhadap konten digital seperti TikTok.

Kelompok usia 18-21 tahun menempati posisi kedua dengan jumlah sebesar 28%. Usia ini umumnya merepresentasikan pelajar SMA tingkat akhir hingga mahasiswa awal, yang juga merupakan pengguna aktif media sosial. Keterlibatan mereka cukup signifikan dalam mencerminkan peran media sosial dalam kehidupan generasi muda sehari-hari.

Sementara itu, kelompok usia 25-29 tahun hanya mencakup 8% dari total responden. Rendahnya presentase dapat disebabkan oleh pergeseran fokus mereka terhadap aktivitas lain di luar media sosial, seperti pekerjaan dan kehidupan berkeluarga. Kelompok usia termuda, yaitu 15-17 tahun mencatatkan jumlah paling sedikit, yakni hanya 3%. Rendahnya presentase ini bisa disebabkan oleh keterbatasan akses atau pengawasan orang tua yang membatasi partisipasi aktif mereka dalam pengisian data.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa TikTok paling banyak digunakan oleh individu usia 22-24 tahun di Kabupaten Bekasi, mengindikasikan bahwa kelompok usia tersebut merupakan target utama yang potensial dalam konteks penyebaran konten digital dan strategi pemasaran di media sosial.



Gambar 6. Diagram Pengalaman Penggunaan Tiktok

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

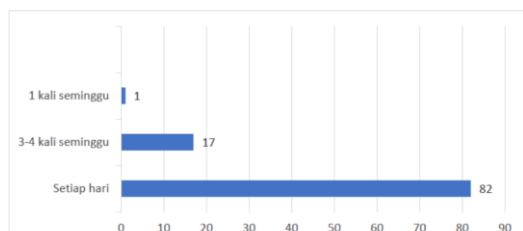
Berdasarkan data yang ditampilkan dalam diagram gambar 6, diketahui bahwa mayoritas responden mulai menggunakan TikTok pada tahun 2021, dengan presentase mencapai 24%. Hal ini menunjukkan bahwa tahun 2021 menjadi titik awal yang cukup signifikan dalam peningkatan penggunaan TikTok di kalangan Gen Z di Kabupaten Bekasi. Kondisi pandemi COVID-19 yang masih berlangsung pada saat itu turut mendorong peningkatan penggunaan platform digital seperti TikTok sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial.

Sebagian besar responden memiliki pengalaman menggunakan TikTok selama 2 hingga 4 tahun, sejak tahun 2021 (24%), diikuti oleh pengguna yang mulai bergabung pada tahun 2022 (18%) dan 2020 (16%). Durasi penggunaan yang cukup panjang ini menunjukkan bahwa mereka telah terbiasa dengan karakteristik konten di TikTok, baik dari segi gaya penyampaian, jenis konten yang populer, maupun algoritma yang disesuaikan dengan preferensi pengguna.

Pengalaman penggunaan yang lebih lama berpotensi membentuk persepsi yang lebih tajam dan kritis terhadap konten yang mereka konsumsi. Pengguna dengan pengalaman lebih lama cenderung telah mengalami berbagai jenis konten dan mengetahui mana yang relevan, menarik, atau justru repetitif. Mereka juga cenderung memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas dan nilai dari konten yang ditampilkan.

Pengguna yang baru bergabung (tahun 2024 dan 2025) meskipun jumlahnya sedikit (masing-masing hanya 4% dan 1%) kemungkinan besar masih dalam tahap eksplorasi. Persepsi mereka terhadap konten masih bersifat umum dan belum terbentuk secara mendalam, sehingga kepuasan mereka cenderung dipengaruhi oleh kesan awal terhadap konten yang bersifat menarik secara visual atau sedang tren.

Dengan demikian, pengalaman penggunaan TikTok berperan sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan penggunaan terhadap konten, baik dari sisi relevansi, kualitas, maupun daya tarik.



Gambar 7. Diagram Intensitas Penggunaan TikTok

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data representasi gambar 7, mayoritas responden menggunakan TikTok dengan intensitas setiap hari, yaitu sebesar 82%. Angka ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari rutinitas harian mayoritas Gen Z di Kabupaten Bekasi. Penggunaan harian ini mencerminkan tingginya keterikatan pengguna terhadap platform yang didorong oleh sifat kontennya yang berdurasi singkat, variatif, dan disesuaikan dengan preferensi pengguna melalui algoritman yang adaptif.

Sebanyak 17% responden menggunakan TikTok sebanyak 3-4 kali dalam seminggu, yang masih tergolong dalam frekuensi tinggi. Sementara itu, hanya 1% responden yang menyatakan menggunakan TikTok 1 kali dalam seminggu. Rendahnya proporsi pengguna dengan intensitas rendah ini menegaskan bahwa sebagian besar responden dalam survei adalah pengguna aktif aplikasi TikTok.

Tingginya intensitas penggunaan mengindikasikan keterlibatan pengguna yang kuat terhadap konten di TikTok. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan mereka, karena semakin sering

seseorang menggunakan suatu platform, semakin tinggi ekspektasi penilaiannya terhadap konten yang dikonsumsi.

3.2.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif statistik data dari masing-masing variabel seperti mean dan standar deviasi membantu mengukur sejauh mana persepsi responden tersebar. Menurut (Priyatno, 2012), nilai mean yang tinggi menunjukkan kecenderungan responden memberikan skor tinggi, sedangkan standar deviasi yang rendah menunjukkan bahwa jawaban responden relatif konsisten. Hasil rekapitulasi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari 100 responden disajikan pada tabel 3:

Tabel 3. Analisis Deskriptif Statistik

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Content</i>	100	15	25	21.66	1.85
<i>Accuracy</i>	100	10	19	15.63	2.08
<i>Format</i>	100	13	24	21.03	1.99
<i>Ease of Use</i>	100	16	25	22.03	1.58
<i>Timeliness</i>	100	18	29	25.37	2.25
<i>Satisfaction</i>	100	21	35	29.18	2.80

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif statistik pada tabel diatas, diketahui bahwa:

1. Variabel *Content* memiliki rata-rata skor sebesar 2166 dengan standar deviasi 1,85, menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap konten tergolong tinggi dan cenderung homogen.
2. Variabel *Accuracy* memiliki rata-rata skor 1563 dengan standar deviasi 2,08, yang menunjukkan adanya variasi pendapat responden meskipun rata-rata persepsi masih cukup baik.
3. Variabel *Format* memperoleh nilai rata-rata 2103 dan standar deviasi 1,99, mengindikasikan bahwa responden cukup menyetujui format tampilan yang digunakan.
4. Variabel *Ease of Use* memiliki rata-rata 2203 dengan standar deviasi 1,58, menggambarkan bahwa aspek kemudahan penggunaan dinilai sangat positif oleh responden dan persepsinya relatif konsisten.
5. Variabel *Timeliness* menunjukkan rata-rata skor sebesar 2537 dengan standar

deviasi 2,25, yang berarti sebagian besar responden menilai ketepatan waktu sangat baik meskipun penilaiannya lebih bervariasi.

6. Variabel Satisfaction memperoleh skor rata-rata tertinggi yaitu 2918 dengan standar deviasi 2,80, menandakan bahwa tingkat kepuasan pengguna sangat tinggi meskipun terdapat variasi lebih besar dibanding variabel lainnya.

Hasil analisis keseluruhan mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap penggunaan TikTok tergolong tinggi. Tingkat kepuasan (Satisfaction) memiliki skor rata-rata tertinggi, diikuti oleh kemudahan penggunaan (Ease of Use) dan ketepatan waktu (Timeliness). Meskipun beberapa variabel menunjukkan variasi penilaian, mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap isi (Content), bentuk (Format), dan akurasi (Accuracy).

3.2.3 Analisis Presentase dan Interpretasi Skor

Hasil deskriptif data responden pada pengolahan data ini mengindikasikan analisis persentase untuk mengetahui sejauh mana tingkat penilaian responden terhadap masing-masing variabel. Perhitungan dilakukan dengan membandingkan skor hasil yang diperoleh dengan skor maksimal/kriteria, kemudian dikonversi dalam bentuk persentase.

Tabel 4 menunjukkan analisis deskriptif variabel End User Computing Satisfaction (EUCS) terhadap kepuasan pengguna TikTok berdasarkan perbandingan skor hasil dengan skor kriteria:

Tabel 4. Analisis Deskriptif Berdasarkan Skor Presentase

Variabel	Nilai Skor		Persentase	Keterangan
	Skor Kriteria	Skor Hasil		
<i>Content</i>	2500	2166	86.64%	Sangat Setuju
<i>Accuracy</i>	2000	1563	78.15%	Setuju
<i>Format</i>	2500	2103	84.12%	Sangat Setuju
<i>Ease of Use</i>	2500	2203	88.12%	Sangat Setuju
<i>Timeliness</i>	3000	2537	84.57%	Sangat Setuju

<i>Satisfaction</i>	3500	2918	83.37%	Sangat Setuju
---------------------	------	------	--------	---------------

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil rekapitulasi data pada tabel diatas, diperoleh bahwa mayoritas variabel memperoleh persentase di atas 80%, yang dikategorikan sebagai "Sangat Setuju". Keterangan tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap layanan atau sistem yang diteliti sangat positif. Berikut adalah penjelasan hasil analisis pada setiap variabel:

1. Variabel Content memperoleh skor 2166 dari 2500 (86.64%), yang dikategorikan sebagai "Sangat Setuju", hal ini mengindikasikan sebagian besar responden menilai konten sangat baik.
2. Variabel Accuracy mendapatkan skor 1563 dari 2000 (78.15%), yang termasuk kategori "Setuju", hal ini menunjukkan responden menilai akurasi cukup baik, meski lebih rendah dari variabel lain.
3. Variabel Format mencatat 2103 dari 2500 (84.12%) yang juga termasuk "Sangat Setuju", menandakan tampilan atau desain cukup memuaskan bagi responden.
4. Variabel Ease of Use meraih 2203 dari 2500 (88.12%), ini merupakan hasil tertinggi dari semua variabel, menunjukkan responden sangat setuju bahwa sistem mudah digunakan.
5. Variabel Timeliness memperoleh skor 2537 dari 3000 (84.57%) dan juga termasuk "Sangat Setuju", hal ini mencerminkan ketepatan waktu layanan dinilai sangat baik.
6. Variabel Satisfaction atau Kepuasan Pengguna mencatat 2918 dari 3500 (83.37%), yang menunjukkan tingkat kepuasan responden sangat tinggi terhadap layanan secara umum.

Secara keseluruhan, data ini mendukung bahwa sistem terhadap konten kreatif di TikTok yang dianalisis telah memenuhi ekspektasi mayoritas pengguna Gen Z di Kabupaten Bekasi, baik dari aspek konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, ketepatan waktu, maupun kepuasan secara umum.

3.3 Hasil Uji

3.3.1 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Koefisien Beta	Sig.	t-hitung	Interpretasi
(Constant)	4.132	-	0.205	1.277	-
Content	0.569	0.375	0.001	3.848	Signifikan, Berpengaruh Positif
Accuracy	0.277	0.205	0.009	2.686	Signifikan, Berpengaruh Positif
Format	0.312	0.222	0.011	2.595	Signifikan, Berpengaruh Positif
Ease of use	-0.324	-0.182	0.049	-1.994	Signifikan, Berpengaruh Negatif
Timeliness	0.354	0.284	0.005	2.857	Signifikan, Berpengaruh Positif

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diinterpretasikan dari masing-masing variabel dan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,132 + 0,569X_1 + 0,277X_2 + 0,312X_3 - 0,324X_4 + 0,354X_5$$

1. Nilai konstanta sebesar 4,132 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai nol, maka skor Kepuasan Pengguna diperkirakan sebesar 4,132. Namun, dalam konteks penelitian sosial dengan skala Likert, kondisi semua variabel bernilai nol tidak mungkin terjadi, sehingga nilai konstanta ini lebih bersifat matematis dan digunakan sebagai bagian dari persamaan model.
2. Content (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna ($B = 0,569$; $Sig. = 0,001$). Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada content akan meningkatkan skor Kepuasan Pengguna sebesar 0,569 satuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas dan relevansi konten merupakan faktor utama yang sangat berkontribusi dalam membentuk kepuasan pengguna akhir terhadap aplikasi atau sistem yang digunakan.
3. Accuracy (X_2) juga berpengaruh positif dan signifikan ($B = 0,277$; $Sig. = 0,009$). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat keakuratan informasi atau fitur yang ditampilkan, maka tingkat kepuasan pengguna juga akan meningkat sebesar 0,277 satuan. Hal ini menunjukkan

bahwa pengguna sangat menghargai ketepatan data dan kejelasan informasi dalam mendukung pengalaman mereka.

4. Format (X_3) memberikan pengaruh positif dan signifikan ($B = 0,312$; $Sig. = 0,011$). Hal ini berarti bahwa apabila format tampilan sistem atau informasi ditingkatkan satu satuan, maka kepuasan pengguna juga akan meningkat sebesar 0,312 satuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor estetika dan struktur penyajian turut memengaruhi persepsi positif pengguna terhadap sistem.
5. Ease of Use (X_4) memberikan pengaruh negatif namun signifikan ($B = -0,324$; $Sig. = 0,049$). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada Ease of Use justru menurunkan Kepuasan Pengguna sebesar 0,324, dengan asumsi variabel lain tetap. Temuan ini dapat diinterpretasikan bahwa responden memiliki ekspektasi tinggi terhadap kemudahan penggunaan. Sehingga jika sistem dianggap terlalu sederhana atau tidak menantang, hal ini justru menurunkan nilai kepuasan.
6. Timeliness (X_5) memberikan pengaruh positif dan signifikan ($B = 0,354$; $Sig. = 0,005$). Hal ini berarti setiap peningkatan skor pada ketepatan waktu atau kecepatan akses sistem akan meningkatkan skor kepuasan sebesar 0,354 satuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecepatan respons dan penyediaan informasi yang tepat waktu menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna.

3.3.2 Uji T (Parsial)

Pengujian hipotesis parsial dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menurut (Sugiyono, 2023), pengambilan keputusan dalam uji t dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi ($Sig.$) dengan taraf signifikansi 0,005 atau membandingkan t hitung dan t tabel. Jika nilai $Sig. < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dan derajat kebebasan ($df = n-k-1$), diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan output SPSS, hasil uji t pengaruh parsial variabel

independen terhadap kepuasan disajikan pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Tabel Rekapitulasi Hasil Uji T

Variabel	Sig.	t Hitung	t Tabel	Keterangan
Content	0.001	3.848	1.985	Signifikan, Berpengaruh Positif
Accuracy	0.009	2.686	1.985	Signifikan, Berpengaruh Positif
Format	0.011	2.595	1.985	Signifikan, Berpengaruh Positif
Ease of use	0.049	-1.994	1.985	Signifikan, Berpengaruh Negatif
Timeliness	0.005	2.857	1.985	Signifikan, Berpengaruh Positif

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

3.3.3 Uji F (Simultan)

Pengujian hipotesis uji F simultan digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi Content (X_1), Accuracy (X_2), Format (X_3), Ease of Use (X_4), dan Timeliness (X_5), sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Pengguna (Y). Berdasarkan output SPSS, maka hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 7 berikut:

Tabel 7. Tabel Rekapitulasi Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	401.455	5	80.291	20.003	<.001
Residual	377.305	94	4.014		
Total	778.760	99			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil uji F, diperoleh F hitung sebesar 20,003 dengan signifikansi (Sig.) sebesar < 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel independen (Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Pengguna).

3.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen.

Hasil dari pengujian R_2 dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.718	0.516	0.490	2.003

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel hasil diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,516. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 51,6% variabilitas End User Satisfaction dapat dijelaskan oleh variabel Isi (Content), Akurasi (Accuracy), Bentuk (Format), Kemudahan Penggunaan (Ease of Use), dan Ketepatan Waktu (Timeliness).

Variabel independen secara simultan memberukan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan tingkat kepuasan pengguna akhir. Sisanya sebesar 48,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi, seperti pengalaman pribadi, faktor eksternal, atau karakteristik individu lainnya.

Menurut (Ghozali, 2021), semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik pula kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terikat. Oleh karena itu, nilai R_2 sebesar 0,516 ini menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang cukup baik dan layak digunakan dalam penelitian ini.

3.3.5 Kesimpulan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan menggunakan SPSS, maka kesimpulan dari masing-masing hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1: Content berpengaruh signifikan terhadap End User Satisfaction Sig. = $0,001 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} = 3,848 > t \text{ tabel} = 1,985 \rightarrow$ **H1 diterima**.
2. H2: Accuracy berpengaruh signifikan terhadap End User Satisfaction Sig. = $0,009 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} = 2,686 > 1,985 \rightarrow$ **H2 diterima**.
3. H3: Format berpengaruh signifikan terhadap End User Satisfaction Sig. = $0,011 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} = 2,595 > 1,985 \rightarrow$ **H3 diterima**.
4. H4: Ease of Use berpengaruh signifikan terhadap End User Satisfaction Sig. = $0,049 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} = -1,994 > 1,985 \rightarrow$ **H4 diterima meskipun arah pengaruhnya negatif**.

5. H5: Timeliness berpengaruh signifikan terhadap End User Satisfaction Sig. = 0,005 < 0,05 dan t hitung = 2,857 > 1,985 → **H5 diterima.**

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain: Persepsi Gen Z di Kabupaten Bekasi terhadap konten TikTok secara umum tergolong sangat positif. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan "Sangat Setuju" terhadap dimensi-dimensi EUCS, terutama pada variabel Ease of Use (88,12%), Content (86,64%), dan Timeliness (84,57%).

Faktor-faktor dalam pendekatan End User Computing Satisfaction (EUCS) seperti Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F dengan nilai signifikansi < 0,001 dan R Square sebesar 0,516, yang menunjukkan bahwa 51,6% variasi pada kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut.

Faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengguna adalah Ease of Use dengan skor persentase tertinggi (88,12%), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi TikTok menjadi aspek paling menentukan dalam membentuk kepuasan pengguna Gen Z.

Referensi

- Adawiyah, D., & Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/GENRES.V2I1.12271>
- Amin, M. N., Saputra, E., Hamzah, M. L., & Rahmawita, M. (2024). Penerapan Metode EUCS terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 7(3), 1013–1020. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i3.41296>
- Awalia, F., & Zulkarnaini, Z. (2025). Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Teknologi Dan Sains Modern*, 2(1), 15–25. <https://doi.org/10.69930/JTSM.V2I1.251>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi. (2025). Kabupaten Bekasi Dalam Angka Bekasi Regency In Figures 2025 Volume 22, 2025.
- Ceci, L. (2025, April 15). Negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar per Februari 2025. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>.
- Creswell, J. W. ., & Creswell, J. David. (2023). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 291. https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?hl=id&id=Pr2VEAAAQBAJ
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26 Ibm" SPSS" Statistics » Edisi 10*.
- Hasyim, M., & Listiawan, T. (2018). Penerapan Aplikasi Ibm Spss Untuk Analisis Data Bagi Pengajar Pondok Hidayatul Muftadi'in Ngunut Tulungagung Demi Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Dan Kreativitas Karya Ilmiah Guru. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1). <https://doi.org/10.29100/J-ADIMAS.V2I1.296.G144>
- Marwati, E., & Krisbiantoro, D. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Web Students Universitas Amikom Purwokerto Menggunakan Metode Eucs. In *Journal of Information System Management (Vol. 4, Issue 2)*.
- Mohamad, O., Fariz Akbar, S., Fauzi, R., Tsamanyah, Z. A., Marini, A., Universitas, M., & Jakarta, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kegiatan Belajar Dan Mengajar Terhadap Pembentukan Karakter Anak Generasi Z. *Jurnal*

- Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora , 2(2), 375–384. <https://doi.org/10.53625/JPDSH.V2I2.4418>
- Mulyani, E. S., Lattu, A., & Permana, M. A. (2024). Tiktok Shop: Penggunaan Metode EUCS (End User Computing Satifiction) terhadap Kepuasan Gen-Z. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 7(3), 1280–1288. <https://doi.org/10.32493/JTSI.V7I3.41899>
- Niqotaini, Z. (2021). Analisis Penerimaan Google Classroom Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS) (Studi Kasus: Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia). *SISTEMASI*, 10(3), 637. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v10i3.1376>
- Nopitasari, N. A., & Suyatno, D. F. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 4(3), 9–20. <https://doi.org/10.26740/JEISBI.V4I3.54177>
- Novemnur, R., Afdal, M., Permana, I., Fronita, M., Informasi, S., Syarif, S., & Riau, K. (2024). Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction. *Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 13(1), 131–141. <https://doi.org/10.35889/JUTISI.V13I1.1720>
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Nurul Jannah, A., Susanto, I., Putra Rakhmadani, D., & Korespondensi, P. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Mobile JKN dengan Metode EUCS. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3). <https://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12826>
- Priyatno, D. (2012). Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20. ANDI Yogyakarta.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/JUPENDIS.V3I1.2916>
- Ramadhayanti, F. N., Mulyadi, & Rasywir, E. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi TIX ID Di Kota Jambi Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 17(1), 143–151. <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2023.17.1.792>
- Rizqulloh, L., & Putra, A. N. (2024). Kepuasan Pengguna Rekam Medis Elektronik Melalui Pendekatan EUCS di RSI Sultan Agung. *J-REMI : Jurnal Rekam Medik Dan Informasi Kesehatan*, 5(4), 330–344. <https://doi.org/10.25047/j-remi.v5i4.5105>
- Rosa Damayanti, N., & Huda, N. (2020). Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Sistem Pengambilan Keputusan Guna Menentukan Masyarakat Yang Mendapatkan Dana Bantuan Pemerintah Di Kecamatan Kota Palembang. *Jurnal Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru). Jurnal Teknologi Dan Open Source.*
- Statista. (2025, June 20). TikTok: distribution of global audiences 2025, by age and gender. <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/>
- Sugandi, M. A., & Halim, R. M. N. (2020). Analisis End-User Computing Satisfaction (EuCs) Pada Aplikasi Mobile Universitas Bina Darma. *Sistemasi*, 9(1), 143. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i1.625>

- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. www.cvalfabeta.com
- Trisya, C. P., Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Fronita, M. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Jenius Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 7(3), 951–962. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i3.40802>
- Varahim, N. (2024). Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Indonesian Journal Computer Science*, 3(1), 8–15. <https://doi.org/10.31294/IJCS.V3I1.2547>