



Analisis Kepuasan Pengguna Website Shazfatech Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction

Ardra Samudra

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika, Tangerang, Indonesia

ardrasmdra@gmail.com

Abstrak

PT Shazfatech Digital Solution menggunakan website sebagai media penyampaian informasi layanan kepada calon klien, namun tingkat kepuasan pengguna belum pernah diukur secara empiris sehingga evaluasi website berpotensi hanya didasarkan pada asumsi pengelola. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh lima dimensi End User Computing Satisfaction (EUCS), yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness terhadap kepuasan pengguna website Shazfatech secara parsial dan simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan purposive sampling. Responden merupakan pengguna yang pernah mengakses website Shazfatech dan bersedia mengisi kuesioner. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima poin yang terdiri atas 24 butir pernyataan dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan IBM SPSS setelah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil menunjukkan bahwa accuracy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan signifikansi 0,001, sedangkan timeliness juga berpengaruh positif dan signifikan dengan signifikansi 0,043. Content, format, dan ease of use tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Secara simultan, kelima dimensi EUCS berpengaruh signifikan dengan F hitung 20,222 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,493 menunjukkan bahwa model menjelaskan 49,3% variasi kepuasan pengguna. Temuan ini dapat menjadi dasar evaluasi berbasis data bagi pengelola website, terutama dalam menjaga ketepatan dan kemutakhiran informasi layanan.

Kata kunci: Kepuasan Pengguna, End User Computing Satisfaction, Website, Regresi Linier Berganda, Shazfatech

Abstract

PT Shazfatech Digital Solution uses its website to deliver service information to prospective clients, but user satisfaction has never been measured empirically, so website evaluation may rely only on the assumptions of its managers. This study examines the effects of five End User Computing Satisfaction (EUCS) dimensions, namely content, accuracy, format, ease of use, and timeliness, on user satisfaction with the Shazfatech website, both partially and simultaneously. A quantitative associative approach was applied to 100 respondents selected using the Lemeshow formula and purposive sampling. Data were collected through a five-point Likert questionnaire consisting of 24 items and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS after validity, reliability, and classical assumption tests were fulfilled. The results indicate that accuracy has a positive and significant effect on user satisfaction with a significance value of 0.001, while timeliness also has a positive and significant effect with a significance value of 0.043. Content, format, and ease of use do not show significant effects. Simultaneously, the five EUCS dimensions significantly affect user satisfaction, with an F value of 20.222 and significance of 0.000. The Adjusted R Square of 0.493 indicates that the model explains 49.3% of the variation in user satisfaction. These findings provide a data-driven basis for website managers, particularly in maintaining the accuracy and currency of service information.

Keywords: User Satisfaction, End User Computing Satisfaction, Website, Multiple Linear Regression, Shazfatech

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara organisasi menjalankan aktivitas dan berinteraksi dengan publik. Transformasi digital mendorong organisasi memanfaatkan berbagai kanal digital untuk menyampaikan informasi secara terbuka dan menjangkau pengguna tanpa batas geografis. Salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah *website company profile* yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media promosi dan pengenalan perusahaan kepada calon pelanggan (Gema, 2023; Juliansyah et al., 2025). Karena *website* menjadi salah satu titik kontak awal antara perusahaan dan calon pengguna layanan, kualitas informasi serta pengalaman ketika mengaksesnya menjadi bagian penting yang perlu dievaluasi.

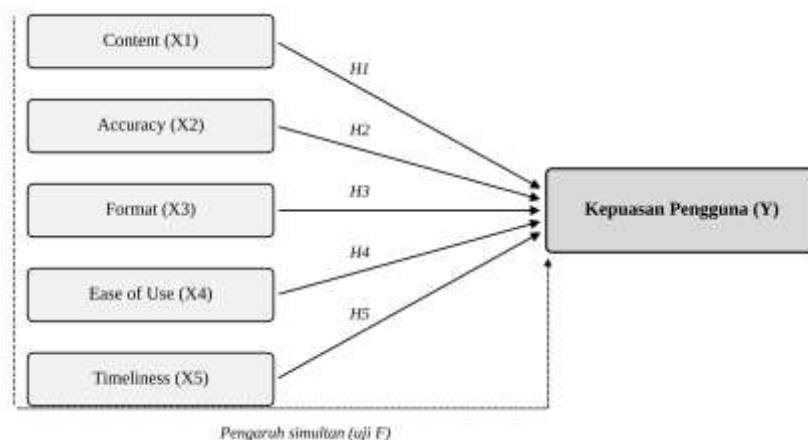
PT Shazfatech Digital Solution merupakan perusahaan yang bergerak di bidang integrasi sistem dan solusi teknologi informasi di Bogor, Jawa Barat. Layanan perusahaan meliputi pengembangan perangkat lunak dan transformasi digital, integrasi sistem seperti *asset tracking*, *fleet monitoring*, dan *smart mobility*, serta penyediaan *cloud server*, server kantor, dan pemeliharaan infrastruktur teknologi informasi. Informasi mengenai layanan tersebut disampaikan melalui *website* perusahaan. *Website* Shazfatech memuat informasi keunggulan perusahaan, rincian layanan, alur kerja, profil perusahaan, tanya jawab, kontak, dan artikel. Pengunjungnya berasal dari calon klien, mitra bisnis, praktisi teknologi informasi, akademisi, serta masyarakat umum (Amruddin et al., 2022).

Walaupun *website* tersebut berperan sebagai media informasi publik, pengukuran empiris terhadap kepuasan penggunaanya belum pernah dilakukan. Kondisi serupa ditemukan pada penelitian terhadap *website* institusi pendidikan, ketika umpan balik pengguna masih terbatas sehingga tingkat kepuasan tidak diketahui secara terukur (Nurhalimah et al., 2024). Tanpa data empiris, evaluasi dan pengembangan *website* berpotensi hanya didasarkan pada asumsi pengelola. Oleh karena itu, diperlukan pengukuran yang dapat menunjukkan dimensi pengalaman pengguna yang berkaitan dengan kepuasan secara statistik.

Penelitian tentang kepuasan pengguna *website* dengan model EUCS telah dilakukan pada berbagai objek, tetapi hasilnya tidak seragam. Setiawan et al. (2025) menemukan bahwa *content*, *accuracy*, dan *format* berpengaruh signifikan pada portal berita, sedangkan *ease of use* dan *timeliness* tidak signifikan. Putranto et al. (2024) melaporkan bahwa tiga dari lima variabel EUCS berpengaruh pada *website* mahasiswa. Pada *website* perusahaan, Loysiana et al. (2024) menempatkan kualitas konten dan akurasi informasi sebagai aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan, sedangkan Zalukhu dan Nurlela (2026) melaporkan *timeliness* memperoleh penilaian tertinggi pada *website* Liga Arloji. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa hasil pengukuran EUCS dapat berkaitan dengan karakteristik objek dan pola penggunaan *website*.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan penerapan EUCS pada sistem informasi puskesmas (Golo et al., 2021), sistem informasi akademik (Rahmawita et al., 2022), *e-learning* (Putra et al., 2023), *website* sekolah (Nurhalimah et al., 2024), *website* madrasah (Pratiwi et al., 2024), *website* instansi pemerintah (Sanyoto et al., 2025), dan portal berita (Setiawan et al., 2025). Sari et al. (2023) menggabungkan EUCS dengan WebQual 4.0, sedangkan Pratiwi et al. (2024) menggabungkan EUCS dengan model DeLone and McLean. Dalam konteks objek perusahaan, penelitian terdahulu mengambil *website* perusahaan penerbitan (Loysiana et al., 2024), *website* hotel (Hariadi et al., 2025), dan *website* perdagangan elektronik (Zalukhu & Nurlela, 2026). *Website company profile* perusahaan penyedia jasa teknologi informasi memiliki karakteristik berbeda karena bersifat informasional, tidak memiliki fitur transaksi, dan pengunjungnya dapat datang secara tidak rutin.

Atas dasar kondisi tersebut, penelitian ini menerapkan model *End User Computing Satisfaction* untuk menganalisis kepuasan pengguna *website* PT Shazfatech Digital Solution. Lima dimensi EUCS, yaitu *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*, ditempatkan sebagai variabel bebas, sedangkan kepuasan pengguna sebagai variabel terikat sebagaimana ditunjukkan pada model konseptual Gambar 1. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi secara parsial dan pengaruh seluruh dimensi secara simultan (Ghozali, 2021; Setiawan et al., 2025).



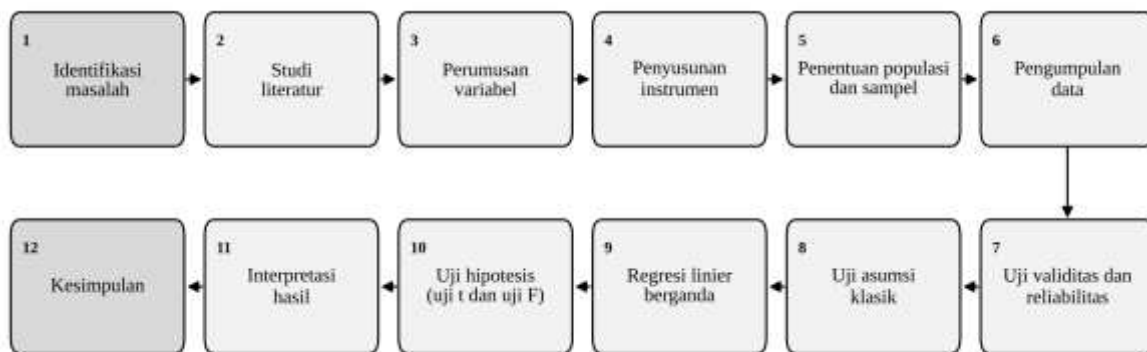
Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh kelima dimensi EUCS terhadap kepuasan pengguna *website* Shazfatech serta mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar berbasis data bagi evaluasi *website* dan menambah bukti empiris penerapan EUCS pada *website company profile* perusahaan penyedia jasa teknologi informasi.

2. Metode Penelitian

2.1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dimulai dari identifikasi masalah pada *website* PT Shazfatech Digital Solution, dilanjutkan dengan studi literatur, perumusan variabel, penyusunan instrumen, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data, pengujian instrumen, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis, interpretasi hasil, dan penyusunan kesimpulan. Urutan tersebut digunakan agar hasil pada satu tahap menjadi dasar bagi tahap berikutnya, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Penelitian

Studi literatur digunakan untuk menentukan lima dimensi EUCS sebagai variabel bebas, yaitu *content* (X_1), *accuracy* (X_2), *format* (X_3), *ease of use* (X_4), dan *timeliness* (X_5), serta kepuasan pengguna (Y) sebagai variabel terikat. Instrumen disusun dalam bentuk kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin. Pengujian validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2021).

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna yang pernah mengakses *website* PT Shazfatech Digital Solution. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti karena *website* bersifat terbuka dan tidak mengharuskan pengunjung membuat akun. Oleh karena itu, ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui sebagaimana ditunjukkan pada persamaan (1).

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2} \quad (1)$$

dengan n adalah jumlah sampel minimal, Z adalah nilai distribusi normal standar pada tingkat kepercayaan 95% sebesar 1,96, p adalah estimasi proporsi populasi sebesar 0,5, dan d adalah tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh kebutuhan minimal 96,04 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah mengakses *website* Shazfatech dan bersedia mengisi kuesioner (Amruddin et al., 2022; Sukwika, 2023).

2.3. Variabel dan Instrumen

Setiap variabel penelitian diukur melalui empat indikator yang diturunkan dari dimensi EUCS dan disesuaikan dengan karakteristik *website company profile*. Variabel dan indikator penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Content (X1)	Kelengkapan, kesesuaian kebutuhan, kedalaman layanan, manfaat artikel dan tanya jawab
Accuracy (X2)	Keakuratan layanan, ketiadaan kesalahan informasi, identitas perusahaan, kesesuaian alur kerja
Format (X3)	Kerapian tata letak, warna dan tipografi, tampilan lintas perangkat, struktur informasi
Ease of use (X4)	Kemudahan penggunaan, navigasi, menemukan informasi, menghubungi perusahaan
Timeliness (X5)	Kecepatan akses, kemutakhiran informasi, kecepatan memperoleh informasi, pembaruan konten
Kepuasan Pengguna (Y)	Kepuasan menyeluruh, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan

Kuesioner terdiri atas 24 butir pernyataan, yaitu 20 butir untuk lima variabel bebas dan empat butir untuk variabel terikat. Skala Likert yang digunakan terdiri atas Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Data dikumpulkan melalui observasi *website*, kuesioner daring sebagai sumber data primer, dan studi pustaka (Amruddin et al., 2022; Sudaryana & Agusiady, 2022). Data kuesioner yang terkumpul kemudian ditabulasi untuk keperluan pengujian instrumen dan analisis statistik.

2.4. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel pada taraf 0,05. Dengan 100 responden, r tabel sebesar 0,196. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan batas 0,60. Sebelum regresi, dilakukan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Normalitas dinilai melalui uji Kolmogorov-Smirnov, multikolinearitas melalui nilai *Tolerance* dan VIF, sedangkan heteroskedastisitas melalui uji Glejser (Ghozali, 2021).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lima variabel bebas terhadap kepuasan pengguna. Persamaan regresi yang digunakan ditunjukkan pada persamaan (2).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e \quad (2)$$

dengan Y adalah kepuasan pengguna, α adalah konstanta, β_1 sampai β_5 adalah koefisien regresi masing-masing variabel bebas, X_1 sampai X_5 berturut-turut adalah *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*, serta e adalah galat (*error*).

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kelima variabel secara simultan. Dengan $n = 100$ dan $k = 5$, derajat kebebasan untuk uji t adalah 94 sehingga t tabel sebesar 1,985. Untuk uji F digunakan $df_1 = 5$ dan $df_2 = 94$ dengan F tabel sebesar 2,31. Koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R Square* untuk melihat proporsi variasi kepuasan pengguna yang dapat dijelaskan oleh model (Ghozali, 2021).

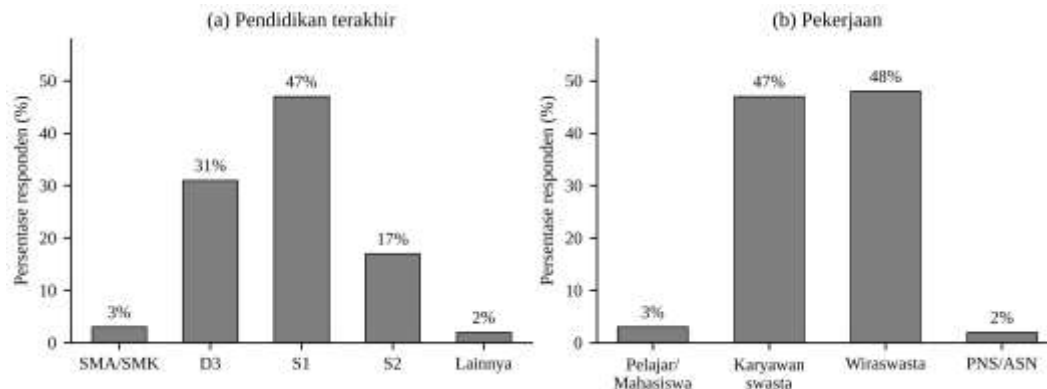
3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 100 responden yang memenuhi kriteria sampel. Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, perangkat yang digunakan, dan frekuensi akses menunjukkan karakteristik pengguna yang beragam. Sebanyak 69 responden (69%) berjenis kelamin laki-laki dan 31 responden (31%) perempuan. Berdasarkan usia, 95 responden (95%) berusia 20–25 tahun, empat responden (4%) berusia 26–30 tahun, dan satu responden (1%) berusia 31–40 tahun.

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden terdiri atas SMA/SMK sebanyak 3%, D3 sebanyak 31%, S1 sebanyak 47%, S2 sebanyak 17%, dan lainnya sebanyak 2%. Berdasarkan pekerjaan, responden terdiri atas pelajar/mahasiswa 3%, karyawan swasta 47%, wiraswasta 48%, dan PNS/ASN 2%. Distribusi tersebut ditunjukkan pada Gambar 3 dan memperlihatkan bahwa responden berasal dari latar pendidikan dan pekerjaan yang beragam.

Karakteristik perangkat dan frekuensi akses juga dikumpulkan sebagai bagian dari profil responden. Variabel tersebut digunakan untuk memberikan konteks terhadap pengalaman responden ketika mengakses *website*, sedangkan pengujian utama tetap berfokus pada hubungan lima dimensi EUCS dengan kepuasan pengguna.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan (a) Pendidikan Terakhir dan (b) Pekerjaan

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pernyataan pada enam variabel memenuhi kriteria validitas. Pada *content*, nilai *r* hitung berada pada 0,879–0,895; *accuracy* 0,868–0,881; *format* 0,859–0,884; *ease of use* 0,883–0,896; *timeliness* berada pada rentang sekitar 0,859–0,884; dan kepuasan pengguna 0,836–0,883. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada *r* tabel 0,196 dan memiliki signifikansi 0,000. Dengan demikian, seluruh 24 butir pernyataan digunakan dalam analisis berikutnya. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Content (X1)	4	0,908	Sangat reliabel
Accuracy (X2)	4	0,897	Sangat reliabel
Format (X3)	4	0,890	Sangat reliabel
Ease of use (X4)	4	0,909	Sangat reliabel
Timeliness (X5)	4	0,907	Sangat reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	4	0,890	Sangat reliabel

Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas batas 0,60 dan juga berada di atas 0,80. Berdasarkan hasil tersebut, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memberikan konsistensi pengukuran yang tinggi pada masing-masing variabel.

3.3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum model regresi digunakan untuk pengujian hipotesis, dilakukan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Ringkasan hasil uji asumsi klasik disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Hasil Utama	Kesimpulan
Normalitas	KS = 0,060; Asymp. Sig. = 0,200; Monte Carlo Sig. = 0,497	Residual berdistribusi normal
Multikolinearitas	Tolerance 0,449–0,565; VIF 1,769–2,225	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Sig. 0,192–0,922	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji normalitas menghasilkan *Test Statistic* sebesar 0,060 dengan Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 dan *Monte Carlo* Sig. 0,497. Nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada 0,05 sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas menghasilkan nilai *Tolerance* antara 0,449 dan 0,565 serta VIF antara 1,769 dan 2,225. Seluruh *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10 sehingga tidak ditemukan multikolinearitas.

Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi 0,192 untuk *content*, 0,694 untuk *accuracy*, 0,922 untuk *format*, 0,574 untuk *ease of use*, dan 0,431 untuk *timeliness*. Seluruhnya lebih besar dari 0,05 sehingga model tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya ketiga asumsi tersebut, model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

3.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk memperoleh koefisien pengaruh masing-masing dimensi EUCS terhadap kepuasan pengguna. Hasil analisis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t-hitung	Sig.
Konstanta	1,807	1,342	0,183
Content (X1)	-0,031	-0,328	0,744
Accuracy (X2)	0,379	3,563	0,001
Format (X3)	0,124	1,312	0,193
Ease of use (X4)	0,199	1,981	0,051
Timeliness (X5)	0,196	2,050	0,043

Hasil regresi menghasilkan persamaan $Y = 1,807 - 0,031X_1 + 0,379X_2 + 0,124X_3 + 0,199X_4 + 0,196X_5$. Konstanta sebesar 1,807 menunjukkan nilai kepuasan ketika seluruh variabel bebas diasumsikan tidak berubah. Koefisien *content* sebesar -0,031 menunjukkan arah hubungan negatif, sedangkan *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* memiliki koefisien positif.

Koefisien *accuracy* sebesar 0,379 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan *accuracy* berkaitan dengan peningkatan kepuasan sebesar 0,379 dengan variabel lain dianggap tetap. Nilai *Standardized Coefficients Beta* menunjukkan nilai 0,351 untuk *accuracy*, 0,211 untuk *ease of use*, 0,209 untuk *timeliness*, 0,125 untuk *format*, dan -0,033 untuk *content*, sehingga *accuracy* merupakan variabel dengan kontribusi relatif terbesar dalam model.

3.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan menggunakan uji t dengan membandingkan nilai signifikansi terhadap taraf 0,05. Hasil uji hipotesis parsial disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis	Variabel	t-hitung	Sig.	Keputusan
H1	Content (X1)	-0,328	0,744	Ditolak
H2	Accuracy (X2)	3,563	0,001	Diterima
H3	Format (X3)	1,312	0,193	Ditolak
H4	Ease of use (X4)	1,981	0,051	Ditolak
H5	Timeliness (X5)	2,050	0,043	Diterima

Secara parsial, *content* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna karena nilai signifikansi 0,744 lebih besar dari 0,05. *Accuracy* berpengaruh positif dan signifikan dengan signifikansi 0,001. *Format* tidak berpengaruh signifikan dengan signifikansi 0,193. *Ease of use* juga tidak berpengaruh signifikan pada taraf 0,05 karena signifikansinya 0,051; nilai tersebut sangat dekat dengan batas 0,05 sehingga hasilnya berada di sekitar ambang pengujian yang digunakan. *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan dengan signifikansi 0,043. Hasil uji simultan dan koefisien determinasi disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

Pengujian	Nilai	Interpretasi
Uji F	F = 20,222; Sig. = 0,000	Kelima variabel berpengaruh simultan
R	0,720	Hubungan model dengan Y
R Square	0,518	Proporsi sebelum penyesuaian
Adjusted R Square	0,493	Model menjelaskan 49,3% variasi Y

Uji F menghasilkan F hitung 20,222 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut memenuhi kriteria pengujian pada taraf 0,05 sehingga kelima dimensi EUCS secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Nilai R sebesar 0,720 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,493 menunjukkan bahwa model memiliki hubungan dengan kepuasan pengguna dan kelima variabel bebas secara bersama-sama menjelaskan 49,3% variasi kepuasan pengguna. Sebesar 50,7% variasi lainnya berada di luar model penelitian.

3.6. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *accuracy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai signifikansi 0,001 dan koefisien beta 0,351. Temuan ini sejalan dengan penelitian Loysiana et al. (2024) pada *website* Zahira Media Publisher yang menempatkan kualitas konten dan akurasi informasi sebagai aspek penting dalam kepuasan pengguna. Pada *website* Shazfatech, pengunjung menggunakan informasi perusahaan dan layanan sebagai bahan untuk memahami kemampuan penyedia jasa teknologi informasi. Karena itu, ketepatan informasi layanan, identitas perusahaan, alur kerja, dan informasi kontak menjadi bagian yang relevan dengan pengalaman pengguna.

Timeliness juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,043. Hasil ini berbeda dengan temuan Setiawan et al. (2025) pada portal berita yang melaporkan *timeliness* tidak signifikan, tetapi sejalan dengan hasil yang dilaporkan Zalukhu dan Nurlela (2026) pada *website* Liga Arloji. Perbedaan tersebut dapat dikaitkan dengan karakteristik pola kunjungan. *Website* Shazfatech bersifat *company profile* dan pengunjung dapat datang untuk memperoleh informasi tertentu tanpa penggunaan rutin. Dalam kondisi tersebut, kecepatan akses dan kemutakhiran informasi dapat menjadi bagian penting dari pengalaman ketika pengunjung membentuk pemahaman tentang perusahaan.

Content tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai signifikansi 0,744 dan koefisien regresi -0,031. Hasil ini berbeda dari penelitian Setiawan et al. (2025) dan Loysiana et al. (2024) yang menemukan pengaruh *content* pada objek masing-masing. Perbedaan tersebut dapat dikaitkan dengan karakteristik *website* Shazfatech yang bersifat informasional dan tidak memiliki transaksi. Pengunjung mungkin hanya membutuhkan informasi tertentu, sehingga kelengkapan seluruh konten tidak selalu menjadi penentu langsung kepuasan. Interpretasi ini merupakan penjelasan berdasarkan karakteristik objek yang digunakan dalam penelitian, bukan pengukuran atas perilaku setiap pengguna.

Format tidak berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,193. Hasil ini menunjukkan bahwa pada data penelitian, tampilan visual, tata letak, warna, tipografi, dan struktur penyajian tidak terbukti secara statistik sebagai prediktor kepuasan pada taraf 0,05. *Ease of use* memperoleh signifikansi 0,051 sehingga tidak memenuhi batas 0,05, walaupun nilainya hanya berbeda 0,001 dari ambang pengujian. Dengan demikian, hasil penelitian membedakan antara variabel yang terbukti signifikan dan variabel yang berada dekat dengan batas signifikansi tanpa mengubah kriteria pengujian yang telah ditetapkan.

Secara simultan, kelima dimensi EUCS berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan F hitung 20,222 dan signifikansi 0,000. Temuan ini memperlihatkan bahwa kepuasan pengguna tidak hanya berkaitan dengan satu aspek pengalaman, melainkan dapat dipahami melalui kombinasi *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,493 menunjukkan bahwa model menjelaskan 49,3% variasi kepuasan pengguna, sedangkan 50,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Dalam konteks pengelolaan *website*, hasil tersebut dapat menjadi dasar untuk melakukan evaluasi terukur terhadap informasi dan pengalaman pengguna, khususnya pada aspek yang dalam penelitian ini terbukti berhubungan signifikan dengan kepuasan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis kepuasan pengguna *website* PT Shazfatech Digital Solution menggunakan model *End User Computing Satisfaction* dengan lima dimensi, yaitu *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 100 responden, seluruh butir instrumen dinyatakan valid dan seluruh variabel dinyatakan reliabel. Model regresi juga memenuhi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *accuracy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan *timeliness* juga berpengaruh positif dan signifikan. *Content*, *format*, dan *ease of use* tidak menunjukkan pengaruh signifikan pada taraf 0,05. Secara simultan, kelima dimensi EUCS berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan F hitung 20,222 dan signifikansi 0,000, serta model memiliki *Adjusted R Square* sebesar 0,493 sehingga 49,3% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kelima dimensi EUCS, sementara 50,7% berada di luar model. Hasil ini memperlihatkan bahwa penerapan EUCS pada *website company profile* perusahaan penyedia jasa teknologi informasi menghasilkan pola yang tidak sepenuhnya sama dengan objek penelitian terdahulu. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai dasar evaluasi berbasis data terhadap *website* Shazfatech, terutama untuk mempertahankan ketepatan informasi dan kemutakhiran informasi yang dalam penelitian ini menunjukkan hubungan signifikan dengan kepuasan pengguna. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek ke beberapa *website* perusahaan sejenis dan mempertimbangkan variabel lain di luar model.

Reference

1. Amruddin, Rizky, P., & Sinarti, T. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Pradina Pustaka.
2. Gema, B. (2023). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: Peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *[Nama Jurnal]*, 2, 27–40.
3. Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
4. Golo, Z. A., Subinarto, & Garmelia, E. (2021). Analisis tingkat kepuasan pengguna sistem informasi puskesmas menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Rekam Medis dan Informasi Kesehatan*, 4(1), 52–56. <https://doi.org/10.31983/jrmik.v4i1.6789>
5. Hariadi, Mardi, & Asyari, H. (2025). Analisis kepuasan pengguna website Novotel Lombok Resort dan Villas. *[Nama Jurnal]*, 616–624.
6. Juliansyah, F. L., Elsi, Z. R. S., & Karnadi, K. (2025). Pembangunan website company profile sebagai media promosi digital pada PT. Mitra Makmur Global. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(11), 3132–3144. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i11.4887>
7. Loysiana, A. A., Hikma, S. N., Afifah, F. N., & Setiawan, I. (2024). Analisis kepuasan pengguna website Zahira Media Publisher menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika*, 2(2), 121–137. <https://doi.org/10.61132/merkurius.v2i6.473>
8. Nurhalimah, S., Ratnasari, A., Rochmadi, T., & Wicaksono, Y. (2024). Analyzing user satisfaction of the SMP Negeri 1 Sungai Lilin website using the End User Computing Satisfaction (EUCS) method. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, 4(2), 850–859. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i2.2692>
9. Pratiwi, V. D., Himawan, A., & Hanafi, A. (2024). Analisis kepuasan pengguna terhadap website MAN 5 Sleman menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. *Teknomatika*, 17(2), 1–12. <https://doi.org/10.30989/teknomatika.v17i2.1386>
10. Putra, J., Indah, D. R., & Firdaus, M. A. (2023). Analisis kepuasan pengguna pada e-learning menggunakan metode End User Computing Satisfaction. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 45–52. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1575>
11. Putranto, B. D., Seto, I. D., Nugroho, H. A., & Setiawan, I. (2024). Metode End User Computing Satisfaction (UECS) untuk analisis kepuasan pengguna website kemahasiswaan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 7(1), 392–398. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i1.36489>
12. Rahmawita, M. T., Riswandi, R., Maita, I., & Zarnelly, Z. (2022). Analisis kepuasan mahasiswa dengan metode EUCS dalam penggunaan SIASYS Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(2), 201–209. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v8i2.18487>
13. Sanyoto, W., Kusanti, J., & Rianto, A. (2025). Pengukuran kepuasan pengguna website Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karanganyar menggunakan model End User Computing Satisfaction (EUCS). *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 1545–1551. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12462>
14. Sari, A. F. A., Damayantie, R. N., Fatmasari, & Faroz, M. (2023). Analisis kualitas website terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode WebQual 4.0 dan End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Ilmiah Matrik*, 25(3), 265–272.
15. Setiawan, E., Rochmadi, T., Yazid, A. S., Wicaksono, Y., & Jailani, M. (2025). Pengukuran tingkat kepuasan pengguna portal berita Headline Media menggunakan metode EUCS. *INTECH (Informatika dan Teknologi)*, 6(1), 69–82. <https://doi.org/10.54895/intech.v6i1.3025>
16. Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Deepublish.
17. Sukwika, T. (2023). Menentukan populasi dan sampling. Dalam *Metode penelitian: Dasar praktik dan penerapan berbasis ICT*. PT Mifandi Mandiri Digital.
18. Zalukhu, A., & Nurlela, S. (2026). Analisis kepuasan pengguna website Liga Arloji menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *INTI Nusa Mandiri*, 20(2), 170–177. <https://doi.org/10.33480/inti.v20i2.7258>