JURNAL ILMIAH SISTEM INFORMASI (JUSI)
VOL 5, No. 1, Januari 2026, pp. 186 - 199
p-ISSN : 2803-1507 (media cetak) | e-ISSN : 2803-1531 (media online)
Link Publikasi: https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JUISI/issue/view/169

The Effect of User Satisfaction (EUCS) on User Loyalty of Spotify among Surabaya Students

Novan Putra Pratama*[1], Muhammad Andik Izzudin[2], Ilham[3]
[1,2,3] Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Jl. Ir. H. Soekarno, No. 682, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, 60237, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
e-mail: novanptrpratama@gmail.com*[1], andik@uinsa.ac.id[2], ilham@uinsa.ac.id[3]

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 21-11-2025
Revised: 01-12-2025
Accepted: 01-01-2026
Published: 21-01-2026

ABSTRACT

The development of music streaming services such as Spotify has increased the need to understand the factors that influence user loyalty, particularly among university students who are highly engaged with digital platforms. Despite the rapid growth in music streaming adoption, research specifically examining the relationship between user satisfaction, measured using the End-User Computing Satisfaction (EUCS) model, and user loyalty among Surabaya university students remains limited. This study aims to examine the influence of the five EUCS dimensions, namely content, accuracy, format, ease of use, and timeliness, on the loyalty of Spotify users. A quantitative research approach was employed, with data collected through a Likert-scale questionnaire distributed to 77 students who have used Spotify for at least three months. The collected data were analyzed using multiple linear regression through SPSS to determine both partial and simultaneous effects of each dimension. The findings reveal that only the ease-of-use dimension has a positive and significant impact on user loyalty, while content, accuracy, format, and timeliness show no significant effects. These results highlight that ease of use plays a crucial role in shaping and maintaining user loyalty among Spotify users in Surabaya. Furthermore, the study provides valuable insights for developers to prioritize usability improvements while also contributing to the enrichment of EUCS-based satisfaction studies in the digital music service domain.

Keywords: *User Satisfaction, EUCS, User Loyalty, Music Streaming, Spotify.*

Abstrak

Perkembangan layanan *music streaming* seperti Spotify telah meningkatkan kebutuhan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa yang sangat aktif dalam menggunakan platform digital. Meskipun adopsi layanan musik streaming terus meningkat, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara kepuasan pengguna, yang diukur menggunakan model *End-User Computing Satisfaction* (EUCS), dan loyalitas pengguna dalam konteks mahasiswa di Surabaya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lima dimensi EUCS, yaitu *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*, terhadap loyalitas pengguna *Spotify*. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui kuesioner skala Likert yang diberikan kepada 77 mahasiswa

DOI: https://doi.org/10.51903/x9c8bx65

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

yang telah menggunakan Spotify selama minimal tiga bulan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan dari setiap dimensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya dimensi *ease of use* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, sementara *content*, *accuracy*, *format*, dan *timeliness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa *ease of use* merupakan faktor kunci dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pengguna Spotify di kalangan mahasiswa Surabaya. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembang untuk memprioritaskan peningkatan aspek *usability* serta berkontribusi pada pengayaan studi kepuasan berbasis EUCS dalam layanan musik digital.

Kata Kunci: *Kepuasan Pengguna, EUCS, Loyalitas Pengguna, Music Streaming, Spotify*.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap cara masyarakat mengonsumsi hiburan, khususnya musik [1]. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah munculnya layanan *music streaming* yang memungkinkan pengguna untuk mendengarkan jutaan lagu secara daring (*online*) tanpa perlu mengunduhnya terlebih dahulu [2]. Di antara berbagai platform yang tersedia, Spotify menjadi salah satu layanan *music streaming* paling populer di dunia, termasuk Indonesia [3], [4]. Kemudahan akses, fitur personalisasi, dan integrasi lintas perangkat menjadikan Spotify populer [2], terutama di kalangan mahasiswa sebagai kelompok pengguna teknologi yang aktif. Pada konteks ini, kepuasan pengguna menjadi faktor penting yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna terhadap suatu platform [5], [6], [7].

Mahasiswa sebagai kelompok pengguna digital yang aktif memiliki karakteristik unik dalam menggunakan layanan berbasis teknologi. Mereka cenderung memilih aplikasi yang tidak hanya fungsional tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan [8]. Dalam konteks ini, kepuasan pengguna menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi loyalitas pengguna terhadap suatu aplikasi. *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) merupakan salah satu model yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna yang dikembangakan oleh Doll dan Torkzadeh (1988) [9]. Model ini menilai kepuasan pengguna berdasarkan lima dimensi utama [10], [11], [12], [13]. Namun, hasil penelitian sebelumnya terkait hubungan dimensi EUCS terhadap loyalitas pengguna menunjukkan temuan yang belum konsisten, yang mana pada beberapa studi menemukan pengaruh signifikan, sementara studi lainnya menunjukkan hasil sebaliknya. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh dimensi EUCS terhadap loyalitas pengguna Spotify pada konteks mahasiswa di Surabaya, padahal Surabaya merupakan kota dengan konsentrasi perguruan tinggi yang besar [14] dan basis pengguna digital yang tinggi.

Kesenjangan penelitian tersebut menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pengguna berdasarkan dimensi EUCS berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Spotify di kalangan mahasiswa Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis, melalui penguatan teori mengenai dimensi kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna, maupun secara praktis bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan strategi retensi pengguna.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *End-User Computing Satisfaction*

End-User Computing Satisfaction (EUCS) merupakan model yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh (1988) untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem informasi [15]. Model ini menilai kepuasan berdasarkan lima dimensi yaitu *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. EUCS telah banyak digunakan dalam penelitian layanan digital karena mampu mengevaluasi pengalaman pengguna [12]. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi mengenai pengaruh dimensi EUCS terhadap loyalitas pengguna. Beberapa studi menemukan bahwa *ease of use* dan *content* memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi digital. Sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda dan tidak konsisten. Inkonsistensi temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara EUCS dan loyalitas pengguna masih memerlukan pengujian empiris lebih lanjut khususnya pada konteks mahasiswa sebagai pengguna aktif layanan musik. Dalam konteks mahasiswa, penelitian [16] menekankan bahwa kepuasan mahasiswa, sebagai pengguna jasa, memiliki dampak signifikan dalam loyalitas mereka terhadap institusi pendidikan. Hal ini mencerminkan bahwa prinsip yang sama berlaku dalam konteks platform digital seperti Spotify, di mana kepuasan pengguna bisa menjadi indikator seberapa besar mereka berkomitmen untuk terus menggunakan layanan tersebut [17].

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

2.2. *Loyalitas Pengguna*

Loyalitas pengguna dalam layanan digital menggambarkan komitmen pengguna untuk terus menggunakan suatu aplikasi secara berulang dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain [17]. Dalam konteks aplikasi digital, loyalitas pengguna tidak hanya tercermin dari lamanya penggunaan, tetapi juga dari frekuensi penggunaan, keengganan berpindah ke platform lain, serta kesediaan memberikan ulasan positif. Penelitian [18] mengungkapkan bahwa kepuasan menjadi variabel mediasi penting dalam menentukan loyalitas nasabah di bank syariah. Selain itu, penelitian [19] menyoroti bahwa kepuasan pengguna BCA Mobile secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan, meskipun hanya beberapa variabel spesifik yang berpengaruh. Hal ini selaras dengan penelitian [20], yang menemukan bahwa fitur personalisasi dalam Spotify, seperti *Discover Weekly*, secara langsung meningkatkan kepuasan pengguna sehingga pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan tersebut.

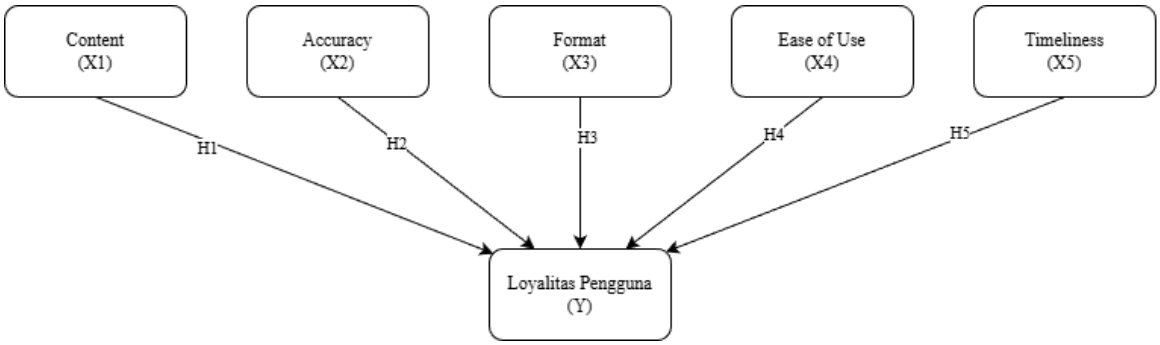
3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. *Jenis dan Pendekatan Penelitian*

Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna Spotify. Model penelitian yang digunakan mengacu pada lima dimensi EUCS sebagai variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pengguna yang diukur melalui indikator *repeat usage*, *preference*, *recommendation*, dan *commitment*. Alur penelitian disajikan pada gambar berikut.

3.2. *Model Penelitian*

Model penelitian disusun untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dianalisis dalam penelitian ini. Setiap variabel yang digunakan dikembangkan berdasarkan kajian teori yang relevan dengan konteks layanan *streaming* musik digital. Hubungan antar variabel tersebut disusun secara sistematis untuk menunjukkan alur pengaruh yang dianalisis dalam penelitian. Keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini divisualisasikan melalui model konseptual sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model dan Hipotesis Penelitian

Pada Gambar 1 dapat dilihat model penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Hipotesis mengacu pada latar belakang dan model penelitian, sehingga dirumuskan lima hipotesis sebagai berikut:

H1: *Content* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify.
H2: *Accuracy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify.
H3: *Format* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify.
H4: *Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify.
H5: *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify.

3.3. *Populasi dan Sampel*

Populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang menjadi ruang lingkup generalisasi, di mana masing-masing memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar penarikan kesimpulan [21]. Populasi tidak selalu harus besar dalam jumlah, tetapi yang paling penting adalah kesamaan karakteristik antar elemen di dalamnya yang relevan dengan permasalahan penelitian. Seluruh mahasiswa di Surabaya yang menggunakan aplikasi Spotify merupakan populasi penelitian ini.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Populasi tersebut dipilih karena mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif teknologi digital dan layanan *music streaming*, sehingga dianggap representatif untuk menilai kepuasan dan loyalitas pengguna Spotify.

Sampel adalah sebagian dari jumlah maupun karakteristik yang terdapat dalam suatu populasi [21]. Adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya untuk menjangkau seluruh individu dalam populasi, sehingga pengambilan sampel perlu untuk dilakukan. *Purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa Surabaya yang telah menggunakan Spotify setidaknya selama tiga bulan, digunakan untuk teknik pemilihan sampel. Penentuan jumlah sampel tersebut mengacu pada pendapat [21] yang mana menyatakan bahwa penelitian yang layak menggunakan ukuran sampel antara 30 hingga 500 responden. Pemilihan batas waktu minimal tiga bulan didasarkan pada pertimbangan bahwa periode tersebut dianggap cukup untuk memberikan pengalaman pengguna yang stabil dan konsisten, sehingga responden mampu menilai layanan secara objektif. Selain itu, penggunaan kurang dari tiga bulan berpotensi menyebabkan penilaian yang belum matang karena pengguna masih dalam tahap eksplorasi fitur dan belum merasakan pengalaman penuh aplikasi. Oleh karena itu, kriteria tersebut dipandang relevan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menilai kepuasan dan loyalitas terhadap Spotify.

3.4. *Teknik Pengumpulan Data*

Kuesioner *online* disebarkan melalui *Google Form* untuk pengumpulan data. Instrumen penelitian terdiri atas dua bagian, yaitu profil responden serta pernyataan variabel penelitian berdasarkan indikator EUCS dan Loyalitas Pengguna. Bagian profil responden digunakan untuk memperoleh informasi umum terkait karakteristik pengguna yang terlibat dalam penelitian. Pernyataan variabel penelitian disusun untuk mengukur persepsi responden terhadap aspek *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* pada sistem yang digunakan. Rincian variabel penelitian beserta jumlah item per variabel ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Jumlah Item
1	*Content* (Isi)	3
2	*Accuracy* (Akurasi)	3
3	*Format* (Tampilan)	3
4	*Ease of use* (Kemudahan Penggunaan)	3
5	*Timeliness* (Ketepatan Waktu)	3
6	Loyalitas Pengguna	4

Pada Tabel 1 disajikan jumlah item pernyataan untuk setiap variabel dengan menggunakan skala Likert sebagai dasar pengukuran. Responden diminta memberikan skor pada setiap pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan opsi jawaban yang tersedia. Setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban sebagai acuan penilaian. Umumnya, skala Likert memiliki rentang nilai lima poin, tetapi dalam beberapa penelitian, peneliti juga dapat menggunakan skala dengan empat atau tujuh poin tergantung kebutuhan dan tingkat sensitivitas yang diinginkan dalam pengukuran [22]. Skala Likert lima poin yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini, mulai dari nilai 5 untuk “Sangat Setuju” hingga nilai 1 untuk “Sangat Tidak Setuju.” Skala ini berfungsi untuk mengukur sejauh mana responden menyetujui setiap pernyataan yang diberikan terkait dimensi EUCS dan loyalitas pengguna, sehingga memungkinkan pengukuran persepsi responden secara lebih terstruktur dan kuantitatif.

3.5. *Teknik Analisis Data*

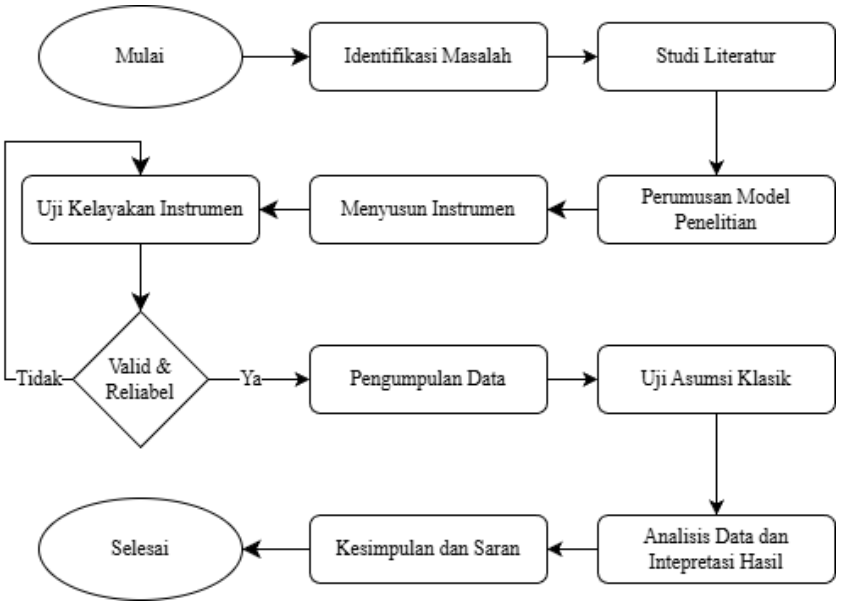
Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan tahapan sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif untuk memaparkan karakteristik responden.
2. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach’s Alpha.
3. Uji asumsi klasik.
4. Analisis regresi linear berganda.
5. Uji F dan uji T.
6. Perhitungan koefisien determinasi (R2).

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

3.6. *Alur Penelitian*

Alur penelitian disusun secara sistematis agar setiap tahapan penelitian dapat dilakukan secara terstruktur dan saling berkaitan. Penyusunan alur ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai proses penelitian, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir. Dengan adanya alur penelitian yang jelas, diharapkan pelaksanaan penelitian dapat berjalan secara terarah serta meminimalkan kesalahan dalam setiap tahapan. Selain itu, alur penelitian juga berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti dalam mengambil keputusan metodologis selama proses penelitian berlangsung. Secara rinci, tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2**.**



Gambar 2. Alur Penelitian

Pada Gambar 2 menunjukkan alur atau tahapan penelitian ini dimulai dengan tahapan identifikasi masalah untuk menentukan isu utama yang akan dikaji. Setelah masalah terdefinisi dengan jelas, dilakukan studi literatur guna memperoleh teori, konsep, dan temuan penelitian terdahulu sebagai landasan pengembangan penelitian. Berdasarkan hasil kajian literatur tersebut, peneliti kemudian merumuskan model penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel. Model ini menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian, seperti kuesioner, yang kemudian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen tersebut layak digunakan. Jika instrumen belum valid atau reliabel, peneliti melakukan revisi sampai instrumen memenuhi kriteria kelayakan.

Setelah instrumen dinyatakan layak, peneliti melanjutkan ke tahap pengumpulan data. Data yang terkumpul kemudian tidak langsung dianalisis, tetapi terlebih dahulu melalui tahap uji asumsi klasik. Tahap ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, yang bertujuan memastikan bahwa data memenuhi persyaratan statistik sebelum dilakukan analisis regresi. Apabila seluruh asumsi telah terpenuhi, penelitian berlanjut ke tahap analisis data dan interpretasi hasil. Pada tahap ini, teknik analisis yang sesuai diterapkan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Akhir dari rangkaian proses ini adalah penarikan kesimpulan serta pemberian saran berdasarkan temuan penelitian, yang sekaligus menandai selesainya penelitian secara keseluruhan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. *Karakteristik Responden*

4.2.1. *Berdasarkan Jenis Kelamin*

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk mengetahui komposisi demografis subjek penelitian. Informasi ini diperlukan untuk melihat keterwakilan responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian. Data jenis kelamin juga memberikan gambaran awal mengenai latar belakang responden yang terlibat. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 2.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Tabel 2. Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
1	Laki-laki	19	25%
2	Perempuan	58	75%
Jumlah		77	100%

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan atau mahasiswi yaitu sebanyak 58 mahasiswi atau 75% dari total keseluruhan responden. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin memberikan gambaran mengenai karakteristik demografis subjek penelitian. Informasi ini digunakan untuk melihat kecenderungan partisipasi responden berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Data mengenai jenis kelamin responden juga menjadi dasar dalam memahami konteks penggunaan layanan *Spotify* pada kelompok responden yang diteliti.

4.2.2. *Berdasarkan Jenis Akun*

Jenis akun yang digunakan oleh responden menunjukkan tingkat akses terhadap layanan yang tersedia pada platform musik digital. Perbedaan jenis akun dapat memengaruhi pengalaman pengguna dalam memanfaatkan fitur aplikasi. Informasi mengenai jenis akun juga berkaitan dengan intensitas penggunaan layanan. Sebaran responden berdasarkan jenis akun ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Sebaran Responden berdasarkan Jenis Akun

No.	Jenis Akun	Frekuensi	Persentasi
1	Gratis	61	80%
2	Premium	16	20%
Jumlah		77	100%

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa responden penelitian ini didominasi oleh pengguna gratis Spotify yakni sebanyak 61 mahasiswa/i atau 80% dari total keseluruhan responden. Perbedaan jenis akun menunjukkan variasi tingkat akses responden terhadap fitur yang tersedia dalam aplikasi. Informasi ini memberikan gambaran mengenai pola penggunaan layanan musik digital oleh responden. Jenis akun yang digunakan juga berkaitan dengan pengalaman pengguna dalam mengakses konten yang disediakan oleh platform tersebut.

4.2. *Uji Validitas dan Reliabilitas*

4.2.1. *Uji Validitas*

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen kuesioner dinilai sah atau tidak. Pengujian dikatakan valid ketika nilai R Hitung > R Tabel [9]. Pengujian validitas dilakukan pada seluruh butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian. Hasil pengujian pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	*Content* (Isi)	C1	.581	.361	VALID
		C2	.701	.361	VALID
		C3	.607	.361	VALID
2	*Accuracy* (Akurasi)	A1	.551	.361	VALID
		A2	.460	.361	VALID
		A3	.757	.361	VALID
3	*Format* (Tampilan)	F1	.588	.361	VALID
		F2	.537	.361	VALID
		F3	.779	.361	VALID
4	*Ease of use* (Kemudahan Penggunaan)	E1	.499	.361	VALID
		E2	.677	.361	VALID
		E3	.633	.361	VALID
5	*Timeliness* (Ketepatan Waktu)	T1	.439	.361	VALID
		T2	.532	.361	VALID
		T3	.413	.361	VALID
6	Loyalitas Pengguna	Y1	.711	.361	VALID
		Y2	.363	.361	VALID
		Y3	.572	.361	VALID
		Y4	.535	.361	VALID

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini seluruh pernyataan pada kelima variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) tersebut dinyatakan valid. Setiap indikator pada variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* memenuhi kriteria pengujian validitas. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mampu mengukur variabel yang dimaksud dalam penelitian. Instrumen kuesioner yang digunakan telah sesuai untuk mengumpulkan data dari responden.

4.2.2. *Uji Reliabilitas*

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali dengan alat ukur yang sama. Pengujian ini dinyatakan reliabel apabila nilai α melebihi 0,6 [9]. Pengujian reliabilitas dilakukan pada seluruh variabel untuk melihat tingkat konsistensi antar butir pernyataan. Rincian hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	*Content* (Isi)	.608920491	Reliabel
2	*Accuracy* (Akurasi)	.764038571	Reliabel
3	*Format* (Tampilan)	.799889135	Reliabel
4	*Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)	.657628676	Reliabel
5	*Timeliness* (Ketepatan Waktu)	.72721519	Reliabel

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam kuesioner ini memenuhi kriteria reliabilitas. Nilai tersebut menggambarkan tingkat konsistensi internal antar butir pernyataan dalam masing-masing variabel. Instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang memadai untuk mengukur persepsi responden. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kuesioner dapat digunakan secara berulang dengan hasil yang relatif konsisten.

4.3. *Analisis Uji Asumsi Klasik*

4.3.1. *Uji Normalitas*

Uji normalitas dapat ditentukan melalui tiga langkah. Langkah pertama dilihat dari nilai signifikasi pada *Kolmogorov-Smirnov Test* yang mana nilai signifikasi > 0,05 [23]. Pengujian ini digunakan untuk melihat kesesuaian distribusi data dengan asumsi normalitas secara statistik. Hasil pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov–Smirnov Test* disajikan pada Gambar 3.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Standardized Residual
N			77
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.96654567
Most Extreme Differences	Absolute		.127
	Positive		.071
	Negative		-.127
Test Statistic			.127
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.004
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.003
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.002
		Upper Bound	.004

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

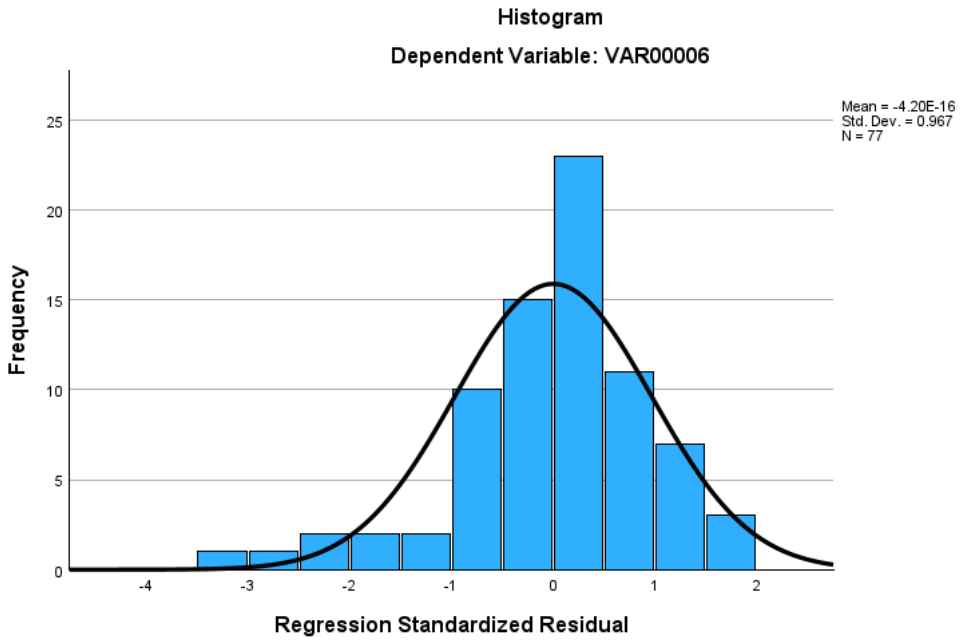
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 3. Hasil Kolmogorov-Smirnov Test

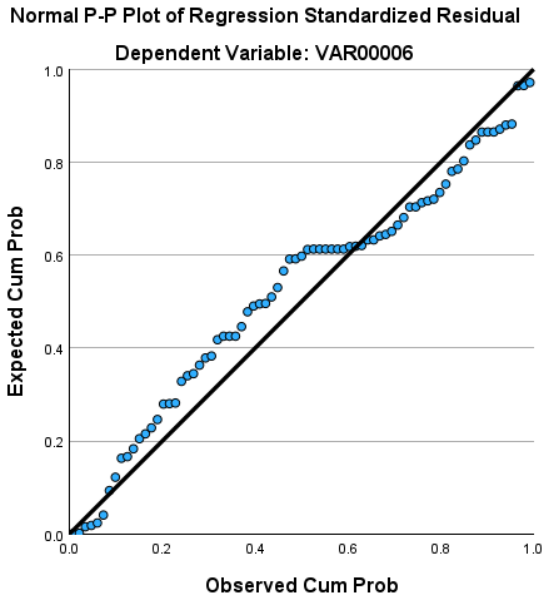
p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Dari Gambar 3 di atas, nilai signifikasi (Asymp. Sig. (2-tailed)) adalah 0,004 < 0,05, sehingga secara statistik angka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal apabila hanya dilihat dari uji K-S. Namun, uji normalitas residual untuk regresi linear lebih menekankan pada bentuk distribusi visual daripada uji statistik, karena residual jarang sempurna normal secara angka, tetapi masih bisa diterima jika distribusi mendekati normal secara pola visual [24]. Langkah kedua ditentukan lagi melalui hasil histogram pada pengujiannya. Hasil histogram tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Histogram Uji Normalitas

Distribusi data dapat dikatakan normal jika bentuk histogram berbentuk seperti lonceng atau gunung [25]. Pada Gambar 4 dapat dilihat bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal karena histogram memenuhi syarat normal. Langkah ketiga melalui hasil normal P-P plot nya. Visualisasi normal P-P plot disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil P-P Plot Uji Normalitas

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa syarat ketiga dalam uji normalitas dapat tercapai karena plot nya berdistribusi sesuai garis diagonalnya dan tidak membentuk pola tertentu [26]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan angka lebih kecil dari 0,05, tetapi hasil visual melalui grafik Histogram dan P-P Plot menunjukkan bahwa distribusi residual normal. Maka dapat dikatakan bahwa asumsi uji normalitas pada penelitian ini terpenuhi dan model regresi layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4.3.2. *Uji Multikolinearitas*

Pengujian multikolinearitas penting dilakukan untuk memastikan setiap variabel tidak memengaruhi secara berlebihan yang mana dapat mengganggu hasil analisis. Pada penelitian ini, pengujian ini dilakukan untuk mengecek apakah ada korelasi yang kuat antara kelima variabel bebas (independen) yaitu *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* [27]. Pengujian ini digunakan untuk melihat hubungan antar variabel dan mengetahui apakah terdapat keterkaitan yang tinggi di antara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Gambar 6.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.665	.508		1.309	.195		
	VAR00001	.116	.190	.100	.610	.544	.300	3.330
	VAR00002	-.080	.206	-.066	-.387	.700	.281	3.557
	VAR00003	.251	.197	.212	1.272	.207	.292	3.424
	VAR00004	.406	.188	.348	2.162	.034	.313	3.193
	VAR00005	.132	.192	.119	.689	.493	.274	3.650

a. Dependent Variable: VAR00006

Gambar 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Pada uji multikolinearitas, tidak terjadinya multikolinearitas saat nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 Pada Gambar 6 dapat dilihat bahwa:

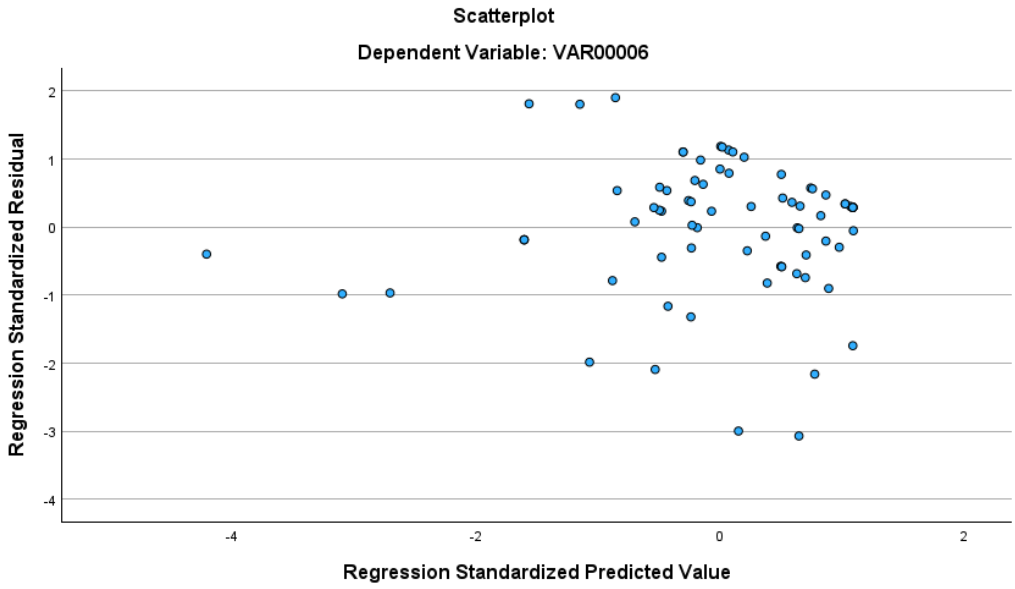
1. Variabel VAR00001 (*content*) memiliki nilai VIF = 3,330 < 10 dan nilai *tolerance* 0,3 > 0,1.
2. Variabel VAR00002 (*accuracy*) memiliki VIF = 3,557 < 10 dan nilai *tolerance* 0,28 > 0,1.
3. Variabel VAR00003 (*format*) memiliki VIF = 3,424 < 10 dan nilai *tolerance* 0,29 > 0,1.
4. Variabel VAR00004 (*ease of use*) memiliki VIF = 3,193 < 10 dan nilai *tolerance* 0,31 > 0,1.
5. Variabel VAR00005 (*timeliness*) memiliki VIF = 3,650 < 10 dan nilai *tolerance* 0,27 > 0,1.

Dari hasil yang disajikan di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas dalam model regresi ini karena semua variabel memiliki nilai VIF harus < 10 dan nilai *tolerance* harus > 0,1. Dengan demikian, model regresi layak digunakan karena tidak terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel bebas.

4.3.3. *Uji Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas tidak terjadi jika *scatter plot* data menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan validitas model regresi yang digunakan. Hasil pengujian akan membantu menilai apakah asumsi klasik terpenuhi. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 7.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531



Gambar 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 7 yang menunjukkan grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik residual menyebar menyebar acak, di atas dan di bawah garis horizontal (e = 0). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian ini tidak terjadi heteroskedastisitas atau dapat disebut homoskedastisitas. Selain itu, penyebaran titik-titik tersebut juga tidak membentuk pola tertentu menandakan tidak adanya heteroskedastisitas sehingga varians residual adalah konstan (homoskedastisitas) dan model regresi memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas.

4.4. *Analisis Regresi Linear*

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk melihat sejauh mana lima dimensi kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Spotify pada mahasiswa di Kota Surabaya. Hasil pengolahan data ditampilkan pada Gambar 8.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.665	.508		1.309	.195
	VAR00001	.116	.190	.100	.610	.544
	VAR00002	-.080	.206	-.066	-.387	.700
	VAR00003	.251	.197	.212	1.272	.207
	VAR00004	.406	.188	.348	2.162	.034
	VAR00005	.132	.192	.119	.689	.493

a. Dependent Variable: VAR00006

Gambar 8. Hasil Uji Regresi Linear

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Gambar 8, model persamaan yang diperoleh ditunjukkan pada rumus (1).

$$Y = 0{,}665 + 0{,}116X1 - 0{,}080X2 + 0{,}251X3 + 0{,}406X4 + 0{,}132X5 \qquad (1)$$

Interpretasi model tersebut adalah:

1. Nilai konstanta sebesar 0,665 menunjukkan bahwa ketika variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* dianggap tidak berpengaruh (bernilai nol), loyalitas pengguna tetap berada pada angka 0,665.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

2. Koefisien *content* sebesar 0,116 mengindikasikan bahwa peningkatan satu poin pada variabel *content*, dengan variabel lain tetap, akan meningkatkan loyalitas pengguna sebesar 0,116.
3. Koefisien *accuracy* bernilai –0,080 menunjukkan bahwa peningkatan satu poin pada variabel *accuracy*, dengan variabel lain konstan, justru menurunkan loyalitas pengguna sebesar 0,070.
4. Koefisien *format* sebesar 0,251 berarti bahwa peningkatan satu poin pada variabel *format* akan diikuti peningkatan loyalitas pengguna sebesar 0,251, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
5. Koefisien *ease of use* sebesar 0,406 menunjukkan bahwa peningkatan satu poin dalam *ease of use* akan meningkatkan loyalitas pengguna sebesar 0,406.
6. Koefisien *timeliness* sebesar 0,132 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu poin pada ketepatan waktu akan meningkatkan loyalitas pengguna sebesar 0,132, jika variabel lainnya tidak berubah.

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun seluruh koefisien regresi menunjukkan arah yang positif kecuali *accuracy*, hanya variabel *ease of use* yang terbukti signifikan dalam memengaruhi loyalitas pengguna Spotify. Hal ini berarti bahwa *ease of use* (kemudahan penggunaan) merupakan faktor utama yang menentukan loyalitas pengguna, sedangkan aspek lain (content, accuracy, format, dan timeliness) belum mampu memberikan pengaruh yang berarti terhadap keputusan penggunaan (loyalitas) untuk tetap menggunakan Spotify.

4.5. *Uji Hipotesis*

4.5.1. *Uji F*

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen [13]. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil analisis, disajikan pada Gambar 9.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.502	5	5.700	10.458	<.001[b]
	Residual	38.699	71	.545		
	Total	67.201	76			

a. Dependent Variable: VAR00006

b. Predictors: (Constant), VAR00005, VAR00001, VAR00004, VAR00003, VAR00002

Gambar 9. Hasil Uji F

Mengacu pada Gambar 9, nilai F hitung sebesar 10,458 dengan signifikansi 0,001[b] menunjukkan bahwa nilai tersebut berada di bawah batas signifikansi 0,05. Artinya, secara simultan kelima variabel kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dianggap valid dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

4.5.2. *Uji T*

Uji T digunakan untuk menilai sejauh mana masing-masing variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat [16]. Pada Gambar 8 secara parsial, hasil Uji T menunjukkan bahwa:

1. Nilai p pada variabel *content* sebesar 0,544 > 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna.
2. Nilai p pada variabel *accuracy* sebesar 0,7 > 0,05, sehingga juga tidak berpengaruh signifikan.
3. Nilai p pada variabel *format* sebesar 0,207 > 0,05, yang berarti tidak memberikan pengaruh signifikan.
4. Nilai p pada variabel *ease of use* sebesar 0,034 < 0,05, sehingga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna.
5. Nilai p pada variabel *timeliness* sebesar 0,493 > 0,05, tidak menunjukkan pengaruh signifikan.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hanya dimensi *ease of use* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify pada mahasiswa di Surabaya.

4.6. *Uji Koefisien Determinasi (R^2)*

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penghitungan memberikan gambaran seberapa besar kelima dimensi *EUCS* mampu menjelaskan variasi loyalitas pengguna. Hasil uji koefisien determinasi ditampilkan pada Gambar 10.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651[a]	.424	.384	.73828

a. Predictors: (Constant), VAR00005, VAR00001, VAR00004, VAR00003, VAR00002

b. Dependent Variable: VAR00006

Gambar 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Mengacu pada Gambar 10, nilai koefisien determinasi sebesar 0,424 yang berarti bahwa 42,4% variasi pada loyalitas pengguna Spotify dapat dijelaskan oleh kelima dimensi EUCS. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memiliki kontribusi yang cukup signifikan dalam memengaruhi loyalitas pengguna. Sementara itu, sebesar 57,6% variasi loyalitas pengguna Spotify dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari aspek lain seperti kualitas layanan.

5. DISKUSI

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari lima dimensi EUCS yang diuji, hanya variabel *ease of use* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Spotify di kalangan mahasiswa Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi merupakan faktor paling dominan dalam mendorong pengguna untuk tetap setia menggunakan Spotify. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan pandangan Davis (1998) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) menjadi faktor penentu utama dalam keberlanjutan penggunaan suatu teknologi. Pada konteks layanan *music streaming*, antarmuka yang sederhana, navigasi menu yang intuitif (mudah dipahami), serta akses playlist dan rekomendasi lagu yang mudah menjadi elemen penting yang mampu meningkatkan pengalaman pengguna [28]. Hal ini terlihat dari hasil jawaban mayoritas responden yang menggunakan Spotify setiap hari dan menjadikan aplikasi tersebut bagian dari rutinitas hiburan mereka, sehingga faktor kenyamanan operasional lebih penting dibanding penilaian teknis sistem.

Sementara itu, dimensi *content*, *accuracy*, *format*, dan *timeliness* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Secara akademik, terdapat beberapa kemungkinan penyebab. Pertama mayoritas responden menggunakan *Spotify Free*, sehingga ekspektasi terhadap kualitas konten, format tampilan, maupun ketepatan waktu pembaruan informasi relatif tidak tinggi, karena mereka menggunakan layanan secara gratis tanpa fitur premium untuk dibandingkan. Kedua homogenitas perilaku pengguna yang cenderung memakai Spotify hanya untuk hiburan ringan secara rutin (sehari sekali), bukan untuk kebutuhan profesional atau analitis, menyebabkan mereka kurang sensitif terhadap variasi kualitas teknis konten dan format. Ketiga kompetisi aplikasi *music streaming* yang memiliki kualitas konten yang relatif setara seperti Apple Music, Joox, atau Youtube Music, menjadikan aspek konten dan akurasi tidak lagi menjadi pembeda yang kuat dalam membangun loyalitas pengguna. Dengan demikian, integrasi teori EUCS dengan pola penggunaan mahasiswa Surabaya, pengalaman pengguna yang mudah dan nyaman menjadi alasan utama bertahan pada Spotify dibanding aspek teknis fitur sistem.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. *Kesimpulan*

Berdasarkan hasil analisis regresi dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu pengaruh lima dimensi *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) terhadap

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

loyalitas pengguna Spotify, tidak sepenuhnya terbukti secara empiris. Seluruh indikator dalam setiap variabel pada penelitian ini valid dan reliabel serta lolos uji asumsi klasik untuk regresi linear. Namun, dari lima hipotesis yang diajukan, hanya variabel *ease of use* yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna (H4 diterima), sedangkan variabel *content* (H1), *accuracy* (H2), *format* (H3), dan *timeliness* (H5) tidak berpengaruh signifikan sehingga hipotesis tersebut ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa bagi mahasiswa Surabaya, loyalitas penggunaan Spotify lebih banyak ditentukan oleh tingkat *ease of use* (kemudahan penggunaan) aplikasi dibanding kualitas teknis konten atau tampilan sistem.

6.2. *Saran*

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi pengembang aplikasi Spotify untuk lebih memprioritaskan peningkatan fitur terkait aksesibilitas dan navigasi seperti penyederhanaan struktur menu, peningkatan akurasi sistem rekomendasi musik, dan optimalisasi personalisasi berdasarkan preferensi pengguna. Upaya perbaikan antarmuka pengguna yang lebih intuitif juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kenyamanan penggunaan dan mempertahankan loyalitas pengguna, khususnya bagi mayoritas pengguna akun *Spotify Free* yang menjadi temuan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain ukuran sampel yang relatif kecil hanya 77 responden, dominasi pengguna *Spotify Free*, serta ruang lingkup penelitian yang terbatas pada wilayah Surabaya, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas ke populasi pengguna Spotify di daerah lain. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan lebih beragam, membandingkan pengguna akun Premium dan *Free*, serta menambahkan variabel lain seperti *perceived value*, *user experience*, *trust*, atau *switching cost*. Selain itu, penggunaan pendekatan *mixed-method* dapat memperkuat pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas melalui eksplorasi data kualitatif yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

[1] P. D. Sepnandito and Suharyati, "The Influence of Spotify Social Features and Personalized Marketing on Spotify Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction," *J. Young Entrep.*, vol. 3, no. 2, pp. 49–65, 2024, [Online]. Available: https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye/article/view/8787/3053

[2] F. Odelia and S. Sembiring, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Spotify dengan Menggunakan Metode UTAUT," *J. Media Akad.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–20, 2024, doi: 10.62281/v2i2.201.

[3] S. Y. M. Netti, "Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial," *J. Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–16, 2018, doi: 10.24912/jk.v10i1.1102.

[4] M. Rosenberg, "Top 10 Music Streaming Platforms Every Young Artist Should Be On," Editions Mego. [Online]. Available: https://editionsmego.com/music-streaming-platforms/

[5] K. Khaeriyah, I. Amirullah, A. A. Rahman, N. Natsir, and N. F. Suyuthi, "Management of Entry and Outcomes of General Sub-Sections of Employment and Legal at the Education Office of South Sulawesi," *J. Manag. Informatics*, vol. 1, no. 3, pp. 22–26, Dec. 2022, Accessed: Jan. 08, 2026. [Online]. Available: https://jmi.stekom.ac.id/index.php/jmi/article/view/12

[6] H. Jamaludin, B. Hartono, and A. A. Kuncoro, "Optimization of Inclusive Education Through the Implementation of Artificial Intelligence: Opportunities and Challenges," *J. Technol. Informatics Eng.*, vol. 4, no. 2, pp. 277–288, Aug. 2025, doi: 10.51903/jtie.v4i2.219.

[7] M. Alby, S. Hasibuan, Z. Indra, F. A. Lubis, and N. Farezi, "Sistem Peramalan Jumlah Mahasiswa Menggunakan Metode Time Series ARIMA dan Regresi Linear," *J. Ilm. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 3, pp. 973–983, Nov. 2025, doi: 10.51903/n95g4460.

[8] A. N. Muttaqin, M. Lubis, and M. D. H. Sandy, "Penerapan Law of UX dalam Analisis Desain Antarmuka," *J. Sist. Inf. dan Teknol. Inf.*, vol. 7, no. 2, pp. 775–787, 2025, doi: 10.52005/jursistekni.v7i2.473.

[9] W. J. Doll and G. Torkzadeh, "The Measurement of End-User Computing Satisfaction," *Manag. Inf. Syst. Res. Center, Univ. Minnesota*, vol. 12, no. 2, pp. 259–274, 1988, doi: 10.2307/248851.

[10] M. Jazman and T. K. Ahsyar, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Spotify menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS)," *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 13, no. 6, pp. 10142–

10152, 2024, doi: 10.33022/ijcs.v13i6.4459.

[11] M. F. Sijadah, N. R. Oktadini, A. Meiriza, P. Putra, and P. E. Sevtiyuni, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Spotify Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)," *JTKSI (Jurnal Teknol. Komput. dan Sist. Informasi)*, vol. 6, no. 2, pp. 143–150, 2023, doi: 10.56327/jtksi.v6i2.1485.

[12] F. S. Lestari, D. Oscar, F. E. Schaduw, and B. A. Wahid, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Nadine menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Kekayaan Negara DKI Jakarta," *J. Ilm. Komputasi*, vol. 24, no. 1, pp. 121–128, 2025, doi: 10.32409/jikstik.24.1.3764.

[13] I. Kurniasih and D. Pibriana, "Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 8, no. 1, pp. 181–198, 2021, doi: 10.35957/jatisi.v8i1.787.

[14] N. N. Alifah, "5 Provinsi dengan Perguruan Tinggi Terbanyak, Jabar dan Jatim Mendominasi," GoodStats. [Online]. Available: https://goodstats.id/article/5-top-provinsi-dengan-perguruan-tinggi-terbanyak-FTwYE

[15] W. J. Doll and X. Deng, "The Meaning and Measurement of User Satisfaction: A Multigroup Invariance Analysis of the End-User Computing Satisfaction Instrument," *J. Manag. Inf. Syst.*, vol. 21, no. 1, pp. 227–262, 2004, doi: 10.1080/07421222.2004.11045789.

[16] H. Shinta and C. Puspita, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Pembelajaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa," *Empiricism J.*, vol. 4, no. 1, pp. 261–270, 2023, doi: 10.36312/ej.v4i1.1322.

[17] K. Gregorius, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Dear Butter," *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 4, pp. 880–892, 2023, doi: 10.24912/jmbk.v7i4.25390.

[18] T. Winasih and L. Hakim, "Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah," *J. Ekon. Perbank. Syariah*, vol. 8, no. 2, pp. 205–221, 2021, doi: 10.1905/iqtishadia.v8i2.4152.

[19] R. N. Halimah, Y. T. Mursityo, A. N. Rusydi, U. Brawijaya, and P. Korespondensi, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan BCA Mobile terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Berdasarkan Model E-S-Qual dan E-Recs-Qual," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 9, no. 6, pp. 1219–1227, 2022, doi: 10.25126/jtiik.202294660.

[20] N. Janice and N. Kusumawati, "Harmonizing Algorithms and User Satisfaction: Evaluating the Impact of Spotify's Discover Weekly on Customer Loyalty," *J. Integr. Manag. Stud.*, vol. 2, no. 2, pp. 174–188, 2025, doi: 10.58229/jims.v2i2.168.

[21] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012. [Online]. Available: https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/10026/slug/metode

[22] D. Pibriana and L. Fitriyani, "Penggunaan Model EUCS untuk Menganalisis Kepuasan Pengguna E-Learning di MTs N 2 Kota Palembang," *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 1, pp. 69–80, 2022, doi: 10.35957/jtsi.v3i1.2182.

[23] G. Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.])," *J. Ilmu Mat. dan Terap.*, vol. 14, no. 3, pp. 333–342, 2020, doi: 10.30598/barekengvol14iss3pp333-342.

[24] P. Nurhaliza, "Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Kebijakan Dividen pada Bank Umum Syariah di Indonesia: Pendekatan Regresi Linear Berganda dengan Uji Asumsi Klasik," Bandung, 2022. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/putri-nurhaliza-4/publication/393124198

[25] A. Ritonga, E. L. Saragih, G. A. Purba, P. P. Sarinah, R. N. Damanik, and F. Al Azmi, "Penerapan Distribusi Normal dalam Pengukuran Tinggi Badan Mahasiswa FMIPA Universitas Negeri Medan 2024," *Bilangan J. Ilmiah, Kebumian dan Angkasa*, vol. 3, no. 2, pp. 39–53, 2025, doi: 10.62383/bilangan.v3i2.465.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

[26] D. S. Purba, W. J. Tarigan, M. Sinaga, and V. Tarigan, "Pelatihan Penggunaan Software SPSS dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid 19," *J. Karya Abdi*, vol. 5, no. 2, pp. 202–208, 2021, doi: 10.22437/jkam.v5i2.15257.

[27] R. Agustina and L. A. Abdillah, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bintang Cash & Credit Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)," Palembang, 2022. doi: 10.48550/arXiv.2207.00642.

[28] F. Sindarta and S. Thomas, "Pengaruh Perveived Ease of Use terhadap Intention to Use melalui Perceived Usefulness Aplikasi Pemutar Musik Spotify di Kalangan Pengguna Smartphone Berbasis Android," *AGORA*, vol. 10, no. 1, pp. 1–9, 2022, [Online]. Available: https://www.neliti.com/publications/358417/