

Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Layanan *Streaming Video* dengan Metode *E-service quality*: Studi Kasus pada Aplikasi Disney Plus

Sabrina Jovanka¹, Ade Maulana^{2*}

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia

Email: ¹03081200005@student.uph.edu, ^{2*}ade.maulana@lecturer.uph.edu

ABSTRACT

The advancement of information technology has transformed the landscape of the entertainment and media industry with the emergence of various streaming services such as Disney Plus. In this context, user satisfaction becomes a key factor in retaining and attracting new users to both platforms. Recognizing the importance of assessing user satisfaction, the aim of this study is to evaluate the level of user satisfaction using the Disney Plus service and identify elements that need improvement to enhance user satisfaction with the application. This research method employs a descriptive statistical approach to compare the level of user satisfaction, particularly in the *E-service quality* variable. The results indicate that overall, the level of user satisfaction with Disney Plus is quite good. The study also highlights Responsiveness as one of the aspects that needs improvement in the Disney Plus application. With an overall mean variable value of 4.16, Disney Plus is categorized as a satisfying application, indicating that users are satisfied with the services provided by the platform. In conclusion, user satisfaction evaluation is an important aspect of digital service development, and with a good understanding of user preferences and needs, platforms like Disney Plus can continue to improve the quality of their services to retain and attract more users.

Keywords: Satisfaction Level, *E-Service Quality*, Descriptive Statistics, Disney Plus.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap industri hiburan dan media dengan kemunculan layanan *streaming* seperti Disney Plus. Dalam konteks ini, kepuasan pengguna menjadi elemen krusial dalam mempertahankan dan menarik minat pengguna baru bagi kedua platform tersebut. Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna yang menggunakan layanan Disney Plus dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan statistik deskriptif untuk membandingkan tingkat kepuasan pengguna, terutama pada variabel *E-service quality*. Hasilnya menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tingkat kepuasan pengguna Disney Plus dinilai cukup baik. Namun, penelitian ini menyoroti responsivitas sebagai salah satu aspek yang perlu ditingkatkan pada aplikasi Disney Plus. Dengan nilai rerata keseluruhan variabel sebesar 4,16, Disney Plus dapat dikategorikan sebagai aplikasi yang memuaskan, menunjukkan bahwa pengguna merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh platform tersebut. Kesimpulannya, evaluasi kepuasan pengguna adalah aspek penting dalam pengembangan layanan digital, dan dengan pemahaman yang baik tentang preferensi dan kebutuhan pengguna, platform seperti Disney Plus dapat terus meningkatkan kualitas layanan mereka untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pengguna.

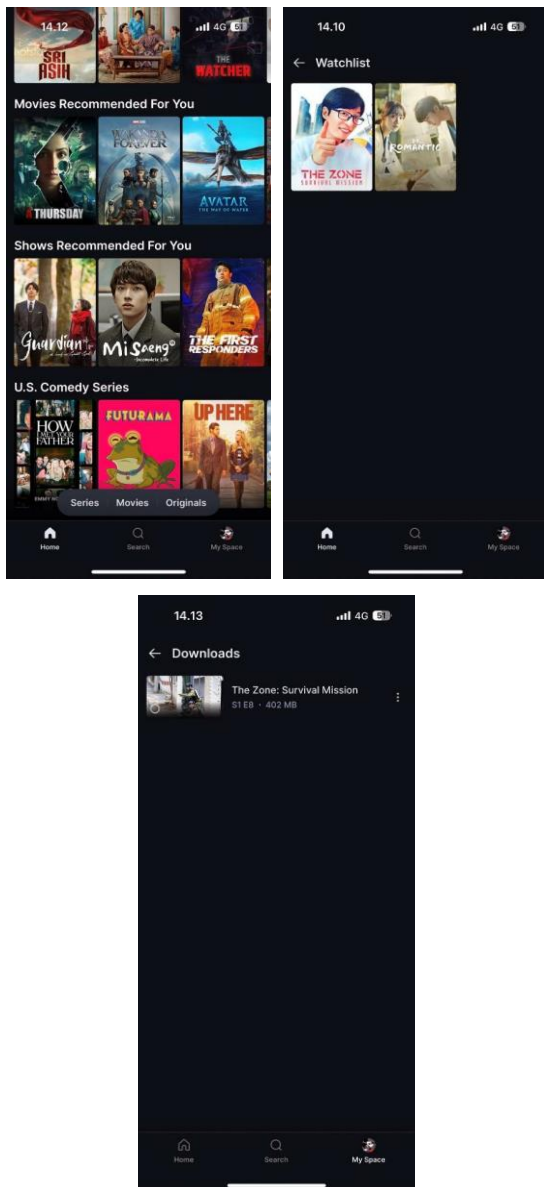
Kata Kunci: Tingkat Kepuasan, *E-Service Quality*, Statistik Deskriptif, Disney Plus.

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan internet telah menghadirkan perubahan besar dalam industri hiburan dan media. Dalam era digital yang terus berkembang, layanan *streaming* konten telah menjadi sangat populer di kalangan pengguna. Teknologi digital dan internet memegang peran penting dalam transformasi ini, memungkinkan distribusi konten secara instan dan

global [1], [2]. Kehadiran platform *streaming* seperti Disney Plus menjadi nyata berkat infrastruktur teknologi digital yang memudahkan akses, pengalaman pengguna yang interaktif, dan konektivitas yang lebih luas. Disney Plus, sebagai pesaing baru, telah menarik perhatian dengan konten eksklusif dari portofolio Disney yang luas. Meskipun relatif baru, dalam kurun waktu tiga tahun, Disney Plus

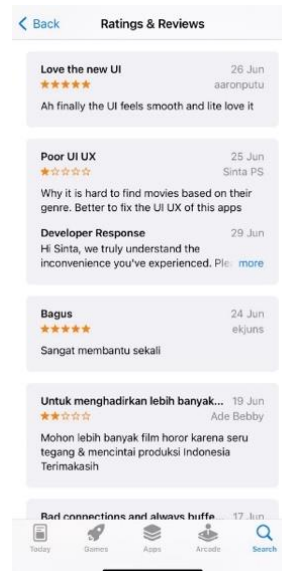
telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dengan total jumlah pelanggan mencapai 116 juta di seluruh dunia. Di Indonesia, Disney Plus telah menjadi pemimpin pasar dengan total 2,5 juta pelanggan, melampaui Netflix yang memiliki 850 ribu pelanggan [3]. Berkat fitur-fitur inovatifnya, seperti antarmuka pengguna yang ramah dan fungsionalitas penelusuran yang canggih, Disney Plus terus meningkatkan pengalaman pengguna, seperti yang terlihat pada Gambar 1. Kehadiran Disney Plus telah mengubah cara kita mengonsumsi hiburan, dan tingkat kepuasan pengguna menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan menarik pengguna baru.



Gambar 1. Fitur pada layanan Aplikasi Disney Plus

Menilai tingkat kepuasan pengguna merupakan elemen kunci dalam konteks aplikasi *streaming* seperti Disney Plus. Ketika kinerja aplikasi sesuai dengan harapan, pengguna akan merasa puas [4]. Tingkat kepuasan ini mencerminkan sejauh mana pengguna merasa puas dengan kualitas dan pengalaman yang diberikan oleh

layanan tersebut, sejalan dengan harapan mereka [5]. Dalam lingkungan persaingan yang sengit, pemahaman yang mendalam tentang tingkat kepuasan pengguna menjadi krusial untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan Disney Plus menjadi fokus penting dalam konteks ini. Disney Plus telah menerima beberapa penilaian rendah di toko aplikasi seperti App Store atau Play Store (Gambar 2), yang menyebabkan nilai rating kedua aplikasi tidak mencapai kesempurnaan.



Gambar 2. Ulasan Aplikasi Disney Plus App Store

Selain itu, harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh calon pembeli sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu produk atau layanan. Harga yang terjangkau biasanya menarik minat calon pembeli, terutama jika kualitas produk atau layanan tersebut tinggi [6]. Oleh karena itu, tidak semua pengguna menggunakan banyak aplikasi *streaming* karena mereka mempertimbangkan harga layanan dari setiap aplikasi dan apakah itu sebanding dengan kualitas yang mereka terima.

Aspek manajemen bisnis digital juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas dan responsivitas platform *streaming* terhadap umpan balik pengguna. Strategi manajemen bisnis digital yang efektif dapat membantu Disney Plus untuk menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan [7]

Kunci keberhasilan dalam setiap aplikasi tidak hanya terletak pada kualitas konten yang ditawarkan, tetapi juga pada pengalaman pengguna yang diberikan melalui layanan elektronik (*e-service*) yang disediakan [8]. *E-service quality* menggambarkan seberapa baik suatu platform daring mampu memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pelayanannya [9]. Oleh karena itu, *e-service quality* menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut.

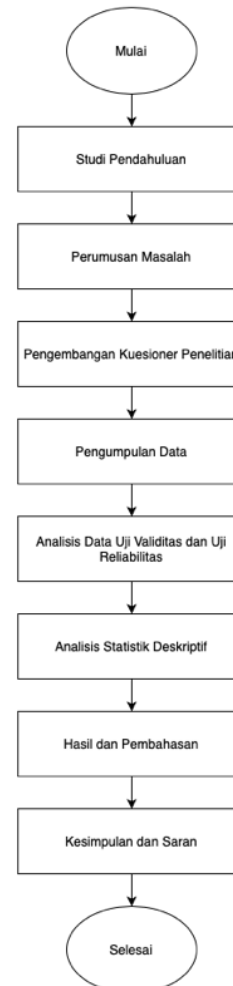
Beberapa studi sebelumnya telah meneliti pengukuran kepuasan pengguna, seperti Pengaruh *E-service quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* [10]. Penelitian ini menyimpulkan bahwa metode *E-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shopee di kota Prabumukih. Studi lain menunjukkan dampak positif *E-service quality* terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna aplikasi OVO [11]. Di sisi lain, penelitian ketiga menyoroti dampak positif *E-service quality* pada *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction*. Meskipun subjek dan objek penelitian sebelumnya berbeda, polanya menunjukkan bahwa pengguna merasa puas dan *E-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan. Integrasi temuan ini dengan penelitian sebelumnya memperkaya pemahaman tentang hubungan antara kualitas layanan elektronik, kepuasan pengguna, dan loyalitas pelanggan di berbagai konteks aplikasi digital. Meskipun subjek dan objek penelitian sebelumnya bervariasi, semuanya mengidentifikasi dampak *e-service quality* terhadap tingkat kepuasan pengguna atau konsumen. Hasilnya bervariasi, tetapi secara umum menunjukkan bahwa pengguna atau konsumen merasa puas, dan pengaruh *e-service quality* cukup signifikan.

Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk melakukan analisis komprehensif terhadap tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi Disney Plus. Pendekatan ini digunakan sebagai metode utama untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menjelaskan data yang diperoleh dari pengguna. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk merinci dan memahami data pengalaman pengguna serta kualitas layanan elektronik yang diterima oleh pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi Disney Plus dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi tersebut.

2. Metode Penelitian

Langkah-langkah dalam penelitian ini menggabungkan serangkaian tahapan penting yang dimulai dengan melakukan studi pendahuluan dan merumuskan masalah. Studi pendahuluan berfungsi sebagai dasar untuk mengidentifikasi kerangka konseptual dan relevansi topik penelitian. Perumusan masalah memberikan arah dan fokus pada penelitian [12]. Tahapan berikutnya mencakup pengumpulan data melalui pembuatan dan distribusi kuesioner yang dirancang berdasarkan variabel dimensi *E-service quality* seperti *Efficiency*, *Fulfillment*, *Reliability*, *Privacy*, dan *Responsiveness*. Proses berlanjut dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan konsistensi dan keabsahan instrumen yang digunakan. Pengolahan data menggunakan analisis statistik deskriptif memberikan pemahaman yang mendalam tentang hasil kuesioner. Hasil dan pembahasan menghubungkan temuan dengan literatur dan konteks penelitian, sementara kesimpulan menyoroti temuan

utama dan memberikan arah untuk penelitian masa depan. Integrasi studi pendahuluan dan perumusan masalah pada tahapan ini memperkuat kerangka penelitian dan mendukung validitas serta relevansi temuan penelitian.



Gambar 3. Tahapan Penelitian

2.1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi Disney Plus di Kota Medan secara daring menggunakan Google Form. Kriteria responden meliputi usia 17 hingga 50 tahun, berdomisili di Medan, dan menggunakan aplikasi Disney Plus.

Kuesioner dibuat berdasarkan dimensi *E-service quality*, termasuk *Efficiency*, *Fulfillment*, *Reliability*, *Privacy*, dan *Responsiveness*. Kelima variabel tersebut penting untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna, di antaranya adalah responsifitas dalam sebuah aplikasi. Secara umum, pengguna tidak menyukai waktu menunggu yang lama saat menggunakan layanan aplikasi. Layanan yang responsif dan efisien dapat meningkatkan kepuasan pengguna, sedangkan waktu menunggu yang panjang dapat menciptakan persepsi negatif terhadap kualitas layanan aplikasi

[13], [14]. Setiap dimensi ini memiliki peran penting dalam mengevaluasi kualitas layanan elektronik. Dalam pengembangan kuesioner, pernyataan-pernyataan yang mencerminkan setiap dimensi disusun dengan hati-hati untuk mencakup aspek-aspek yang signifikan. Tabel 1 memberikan ringkasan pernyataan-pernyataan yang dimasukkan dalam kuesioner. Tahap ini merupakan langkah kritis untuk memastikan bahwa kuesioner mencakup semua aspek yang relevan dan dapat memberikan informasi yang akurat tentang persepsi responden terhadap *E-service quality*. Penggunaan dimensi-dimensi ini juga memungkinkan penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang berbagai aspek kualitas layanan elektronik yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner Aplikasi Disney Plus

Indikator	Item	Pernyataan
X1	X1.5	Saya dengan mudah dapat menemukan fitur yang saya butuhkan di dalam aplikasi Disney Plus.
	X1.6	Proses navigasi di dalam aplikasi Disney Plus tidak menyulitkan.
	X1.7	Proses pencarian dan akses konten di aplikasi Disney Plus berlangsung dengan cepat dan mudah.
	X1.8	Saya merasa penggunaan aplikasi Disney Plus tidak memerlukan usaha yang berlebihan.
X2	X2.4	Aplikasi Disney Plus menyediakan variasi konten yang memenuhi minat dan preferensi saya.
	X2.5	Saya merasa puas dengan kualitas konten yang tersedia di dalam aplikasi Disney Plus.
	X2.6	Konten yang disajikan oleh aplikasi Disney Plus sesuai dengan ekspektasi saya.
X3	X3.3	Aplikasi Disney Plus jarang mengalami gangguan atau <i>error</i> saat saya menggunakannya.
	X3.4	Aplikasi Disney Plus memiliki performa yang stabil dan konsisten.
X4	X4.3	Saya merasa yakin bahwa data pribadi saya aman dan tidak akan disalahgunakan oleh aplikasi Disney Plus.
	X4.4	Aplikasi Disney Plus menjaga keamanan data pribadi saya dan memberikan informasi yang jelas tentang bagaimana data saya dikelola.
X5	X5.2	Aplikasi Disney Plus merespon masukan dan saran dari pengguna dengan cepat.

2.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Analisis data uji validitas dan uji reliabilitas merupakan tahapan kritis dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan memiliki keandalan dan validitas yang memadai. Data yang telah diperoleh dari hasil kuesioner akan dilakukan analisis data terlebih dahulu. Uji validitas merupakan kemampuan suatu instrumen pengukuran untuk mengukur data yang dikumpulkan [15]. Pada penelitian ini, instrumen pengukuran yang digunakan adalah kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Instrumen dinyatakan valid jika diperoleh *r* hitung lebih besar dari *r* tabel atau *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel, maka *r* tersebut valid. Sebaliknya, suatu instrumen dinyatakan

tidak valid jika *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel, berarti instrumen tersebut tidak layak digunakan untuk pengambilan data. Adapun rumus untuk menghitung uji validitas yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n(\sum X^2) - (\sum X)^2)](n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}} \quad (1)$$

Uji reliabilitas merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian dapat menghasilkan hasil yang seragam dari waktu ke waktu. Suatu instrumen dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika hasil pengukuran yang diperoleh menggunakan instrumen tersebut menunjukkan konsistensi yang stabil [16]. Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sejauh mana data yang diukur dalam penelitian ini dapat memberikan hasil yang konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan indikator *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya > 0,6; sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya < 0,6, maka variabel tersebut dianggap tidak konsisten [17]. Rumus untuk menghitung uji validitas adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right) \quad (2)$$

2.3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk merangkum atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan menggunakan ukuran-ukuran statistik yang disajikan secara singkat [18]. Data yang diolah adalah data mentah yang belum terstruktur dengan baik, sehingga analisis ini bertujuan untuk mengorganisir dan merangkum data dalam bentuk tabel agar mempermudah proses pengambilan keputusan. Ukuran statistik yang diukur meliputi mean, median, modus, serta range, variance, dan standard deviation.

Nilai rata-rata yang telah dihitung kemudian dibagi menjadi beberapa kelas interval. Menurut Supranto, besar kelas interval dari skor skala Likert dapat dihitung menggunakan rumus berikut [18]:

$$\text{Besar Kelas Interval} = \frac{\text{Observasi terbesar} - \text{Observasi terkecil}}{\text{Banyaknya kelas}} \quad (3)$$

Pada penelitian ini, besar kelas interval yang digunakan adalah 1,8. Kemudian nilai rata-rata dapat diklasifikasikan menjadi beberapa pernyataan seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Interpretasi Nilai Rata-Rata

Nilai Rata-Rata	Keterangan
1 < X < 1,8	Sangat Tidak Puas
1,8 < X < 2,6	Tidak Puas
2,6 < X < 3,4	Ragu-ragu/ Netral
3,4 < X < 4,2	Puas
4,2 < X < 5	Sangat Puas

Kemudian setiap pernyataan dideskripsikan menurut frekuensi jawaban responden dan menghitung persentasenya. Lalu berdasarkan persentasenya, ditentukan kategori menurut pedoman interpretasi sebagai berikut:

- 0% = Tidak seorangpun dari responden
- 1% - 25% = Sangat sedikit dari responden
- 26% - 49% = Sebagian kecil atau hampir setengah dari responden
- 50% = Setengah dari responden
- 51% - 75% = Sebagian besar dari responden
- 76% - 99% = Hampir seluruh dari responden
- 100% = Seluruh responden

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Profil Responden

Banyak sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 154 responden. Dimana seluruh responden sudah memenuhi seluruh kriteria responden. Profil responden terbagi atas beberapa kategori yaitu usia, jenis kelamin, dan domisili yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Profil Responden

Kategori	Total Responden	Persentase	
Usia	17 – 25 tahun	138	90%
	26 – 30 tahun	9	6%
	31 – 40 tahun	4	2%
	41 – 50 tahun	3	2%
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	30%
	Perempuan	108	70%
Domisili	Medan	154	100%

3.2. Hasil Uji Validitas

Untuk memastikan validitas data, uji validitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, memudahkan analisis dan pengolahan data. Dengan jumlah responden sebanyak 154, nilai derajat kebebasan (df) dihitung sebagai 154 - 2, yaitu 152. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05, sehingga nilai r tabel yang relevan untuk penelitian ini adalah 0,1582. Hasil pengujian validitas yang signifikan terhadap data dapat ditemukan dalam Tabel 4. Dengan demikian, uji validitas ini memberikan keyakinan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan sesuai untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Pengguna Aplikasi Disney Plus

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.5	0,777	0,1582	Valid
X1.6	0,728	0,1582	Valid
X1.7	0,811	0,1582	Valid
X1.8	0,759	0,1582	Valid
X2.4	0,722	0,1582	Valid
X2.5	0,803	0,1582	Valid
X2.6	0,729	0,1582	Valid
X3.3	0,674	0,1582	Valid
X3.4	0,732	0,1582	Valid
X4.3	0,760	0,1582	Valid
X4.4	0,730	0,1582	Valid
X5.2	0,739	0,1582	Valid

3.3. Hasil Uji Reabilitas

Penghitungan hasil uji reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, yang mempermudah analisis dan pengolahan data secara efisien. Sebuah pernyataan akan dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha-nya melebihi 0,6. Informasi lengkap mengenai hasil pengujian reliabilitas dapat Anda lihat pada Tabel 7. Tabel tersebut memberikan gambaran tentang seberapa konsisten dan dapat diandalkan pernyataan-pernyataan dalam instrumen penelitian yang digunakan.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Pengguna Aplikasi Disney Plus

Indikator	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
X1.5	0,920	Reliabel
X1.6	0,921	Reliabel
X1.7	0,918	Reliabel
X1.8	0,920	Reliabel
X2.4	0,922	Reliabel
X2.5	0,918	Reliabel
X2.6	0,922	Reliabel
X3.3	0,924	Reliabel
X3.4	0,921	Reliabel
X4.3	0,920	Reliabel
X4.4	0,922	Reliabel
X5.2	0,921	Reliabel

3.4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif menyoroti beberapa metrik penting yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja dan karakteristik aplikasi Disney Plus. Pertama, Range memberikan informasi tentang sebaran nilai dari data yang diamati, menunjukkan variasi antara nilai maksimum dan minimum. Median, sebagai titik tengah data yang diurutkan, memberikan gambaran representatif tentang posisi pusat distribusi nilai. Modus mengidentifikasi nilai yang paling sering muncul dalam data, memberikan wawasan tentang preferensi atau kecenderungan pengguna. Standar Deviasi (SD) mengukur seberapa jauh data tersebar dari rata-rata, sementara Varian mengukur seberapa besar variasi dalam kumpulan data. Tabel 6 memuat rincian hasil analisis statistik deskriptif ini, yang merupakan landasan penting untuk memahami perilaku dan kualitas pengalaman pengguna pada platform Disney Plus. Dengan memahami distribusi dan variasi data, pengembang dan pengelola platform dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Tabel 6. Analisis Statistik Deskriptif Pengguna Aplikasi Disney Plus

Indikator	Item	Range	Median	Modus	SD	Varians
X1	X1.5	3	4	5	0,74	0,55
	X1.6	3	4	5	0,79	0,62
	X1.7	3	4	5	0,82	0,67
	X1.8	4	4	5	0,86	0,75
X2	X2.4	4	4	5	0,96	0,93
	X2.5	4	4	5	0,88	0,78
	X2.6	4	4	5	0,93	0,87
X3	X3.3	3	4	4	0,87	0,76
	X3.4	3	4	5	0,86	0,74
X4	X4.3	4	4	5	0,92	0,84

X4.4	3	4	5	0,90	0,81
X5	X5.2	3	4	5	0,90

Berikut merupakan perhitungan rata-rata pada Tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan Rata-Rata Pengguna Aplikasi Disney Plus

Indikator	Item	Rata-rata
X1	X1.5	4,27
	X1.6	4,25
	X1.7	4,28
	X1.8	4,24
Rata-rata Indikator X1		4,26
X2	X2.4	3,99
	X2.5	4,16
	X2.6	4,12
Rata-rata Indikator X2		4,09
X3	X3.3	4,12
	X3.4	4,19
Rata-rata Indikator X3		4,16
X4	X4.3	4,12
	X4.4	4,12
Rata-rata Indikator X4		4,12
X5	X5.2	4,02
Rata-rata Seluruh Indikator		4,16

3.5. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil sebagai berikut: pada aplikasi Disney Plus, variabel Efisiensi memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,26, sementara variabel Responsifitas memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang efisien dapat memengaruhi pengguna pada layanan aplikasi Disney Plus, diikuti oleh variabel lainnya.

Aplikasi Disney Plus memiliki nilai rata-rata variabel Efisiensi sebesar 4,26. Ini menunjukkan penggunaan Disney Plus yang efisien, seperti kemudahan menemukan fitur, navigasi yang lancar, dan lainnya.

Aplikasi Disney Plus memiliki nilai rata-rata variabel Penggenapan sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Disney Plus dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan menyediakan konten yang bervariasi dan berkualitas. Aplikasi Disney Plus memiliki nilai rata-rata variabel Keandalan sebesar 4,16. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Disney Plus konsisten tanpa gangguan ketika digunakan.

Aplikasi Disney Plus memiliki nilai rata-rata variabel Privasi sebesar 4,12. Ini menunjukkan bahwa aplikasi Disney Plus dapat menjaga keamanan data pengguna agar tidak disalahgunakan. Aplikasi Disney Plus memiliki nilai rata-rata variabel Responsifitas sebesar 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa Disney Plus perlu meningkatkan responsifitas terhadap kebutuhan pengguna.

Nilai rata-rata keseluruhan variabel untuk aplikasi Disney Plus adalah 4,16, masuk dalam kategori Puas. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Disney Plus.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian sebelumnya mengenai variabel *E-service quality*, kesimpulan dapat diambil bahwa pengguna aplikasi Disney Plus secara umum merasa puas dengan layanan yang diberikan, dengan nilai rata-rata variabel mencapai 4,16. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pengguna, perlu perhatian khusus pada variabel *Responsiveness*, yang merupakan nilai rata-rata terendah. Hal ini menandakan perlunya peningkatan responsivitas terhadap kebutuhan pengguna agar pengalaman menggunakan aplikasi Disney Plus menjadi lebih optimal dan memuaskan.

Untuk mencapai hal tersebut, disarankan agar Disney Plus memberikan perhatian lebih pada responsivitas layanan kepada pengguna. Fokus pada responsivitas terhadap kebutuhan pengguna dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan metode penelitian yang berbeda guna mendapatkan wawasan yang lebih kaya mengenai kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Disney Plus.

SUMBER RUJUKAN

Referensi

- [1] M. Muttaqin *et al.*, *Pengantar Teknologi Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2023.
- [2] M. Muttaqin *et al.*, *Pengantar Internet*. Yayasan Kita Menulis, 2023.
- [3] Adam Rizal, "Kalahkan Netflix, Alasan Pelanggan Disney Plus Hotstar Melonjak di RI." Accessed: Mar. 05, 2024. [Online]. Available: <https://infokomputer.grid.id/read/122520147/kalahkan-netflix-alasan-pelanggan-disney-plus-hotstar-melonjak-di-ri>
- [4] D. Lestari, "Analisis Faktor Kepuasan Nasabah non Muslim Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Menggunakan Metode Costumer Saticfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa)," Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- [5] H. Hermanto, "Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan." CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.
- [6] F. F. Rulfiansah and A. H. D. Seno, "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 389–401, 2020.
- [7] A. Maulana *et al.*, *Manajemen Bisnis Digital dan E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis, 2023.
- [8] A. Defensia, A. Maulana, Y. A. Pratama, and J. Jusin, "Analisis Tingkat Usability Pada Aplikasi Pedulilindungi Menggunakan Metode System Usability Scale: Studi Kasus Masyarakat Kota Medan," *Journal Information System Development (ISD)*, vol. 8, no. 2, pp. 115–120, 2023.
- [9] V. A. Zeithaml, M. J. Bitner, and D. D. Gremler, *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill, 2018.
- [10] G. Aulia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee," Universitas Islam Kalimantan MAB, 2020.
- [11] M. D. D. Akhmadi and E. Martini, "Pengaruh *E-service quality* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo," *Jurnal Mitra Manajemen*, vol. 4, no. 5, pp. 708–720, 2020.
- [12] M. A. Zakariah, V. Afriani, and K. H. M. Zakariah, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, 2020.

- [13] R. Suci Ramdhani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Layanan Aplikasi Grab Di Makassar," Universitas Hasanuddin, 2020.
- [14] S. SUHARTONO, "PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL)(STUDI KASUS PADA BENGKEL UD. BERKAH BUDI MOBIL DI KOTA SEMARANG)," UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG, 2023.
- [15] S. E. Vivi Silvia, *Statistika Deskriptif*. Penerbit Andi, 2020.
- [16] I. Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS . semarang: undip," 2009.
- [17] N. K. Malhotra, "Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan, Edisi 4 Jilid 1," Jakarta: PT In-deks Kelompok Gramedia, 2009.
- [18] N. R. I. Husnul, E. R. Prasetya, A. Ajimat, and L. I. Purnomo, "Statistik Deskriptif," Universitas Pamulang: Banten, 2020.