Neraca 3025-1192

Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (2025), 3 (5): 17–26

ANALISIS TINGKAT KEPUASAAN PENGGUNA PADA APLIKASI M.TIX DI DKI JAKARTA

Putri Novitasari [1],Ika Febrilia [2], Nofriska Krissanya [3]
Universitas Negeri Jakarta

Correspondence		
Email: putrinovitasari102@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 26 Januari 2025	Accepted 1 februari 2025	Published 2 Februari 2025

Abstrak

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kepuasan pengguna pada aplikasi M.Tix di DKI Jakarta bila dilihat dari pendekatan analisis deskripsi rata-rata didapatkan hasil "puas". *Content* (isi) dapat diukur oleh *Information* (Informasi), *Completeness* (kelengkapan), *Benefit* (manfaat), *Output* (hasil). Aplikasi M.Tix telah memberikan informasi yang akurat, fitur dan fungsi yang lengkap, manfaat yang jelas , hasil yang memuaskan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Dari hasil pengolahan data, dimensi *Content* (isi) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Content* (isi) pada aplikasi M-Tix. (Fadhila, 2023). Format (bentuk) dapat di ukur oleh *Service* (Layanan), *Appearance* (Penampilan), *Color* (Warna). Dengan demikian format yang jelas, layanan yang memuaskan, penampilan yang menarik dan warna yang sesuai, mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan pengguna, dengan kualitas layanan pengguna akan memiliki kepuasan yang tinggi pada aplikasi M.Tix Dari hasil pengolahan data, dimensi Format (bentuk) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap Format (bentuk) pada aplikasi M-Tix. (Fadhila, 2023). *Ease of use* (kemudahan pengguna) *User friendly* (Ramah pengguna), *Efficiency* (Efisiensi), *Easy to understand* (Mudah dipahami), *Service system* (Sistem pelayanan). Kemudahan penggunaan aplikasi yang mudah dan efektif digunakan meningkatkan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna yang tinggi menunjukkan bahwa orang menggunakan aplikasi secara berulang dan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Dari hasil pengolahan data, dimensi *Ease of Use* (kemudahan pengguna) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Ease of Use* (kemudahan pengguna) pada aplikasi M-Tix. (Wahyuningsih, 2021).

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin maju ini ditandai banyaknya inovasi-inovasi yang tercipta salah satunya di bidang teknologi. Kemajuan teknologi sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan, setiap inovasi yang tercipta memberikan dampak positif bagi kehidupan manusia contoh kecilnya memudahkan manusia mengakses informasi sangat cepat.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi serta dukungan media informasi berbagai gaya hidup masyarakat mengalami perubahan. Salah satunya pada aktivitas masyarakat yang padat dan permintaan kerja yang tinggi, membuat kebutuhan masyarakat kota besar akan tempat hiburan meningkat.

Hal ini juga disebabkan oleh aktivitas lain yang menimbulkan banyak tekanan, stres dan kebosanan. Kebanyakan orang membutuhkan tempat hiburan yang nyaman dan memungkinkan orang untuk melupakan beban pikirannya. Setiap tahun, berbagai jenis tempat hiburan baru muncul, termasuk taman bermain, kebun binatang, dan bioskop, tetapi bioskop tetap menjadi pilihan utama sebagai besar orang (Erfina, 2023).

Berdasarkan berita dari Kompas.com (2022), pada rapat kerja bersama Komisi X DPR, Angela Tanoesoedibjo selaku Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Wamenparekraf)

mengatakan data yang positif bahwa jumlah penontonbioskop pada tahun 2022 pemulihannya sudah terlihat pulih, dan mencapai jumlah penonton yang hampir sama seperti sebelum pandemi atau pada tahun 2019. Data jumlah penonton bioskop pada tahun 2019 yaitu 29 juta penonton, tahun 2020 ada 12 juta penonton, tahun 2021 hanya 4 juta penonton,
2022 ada 21 juta penonton (Dirgantara *et al.*, 2022).

Tabel 1.1 Jumlah Penonton Bioskop Dari Tahun 2019-2022

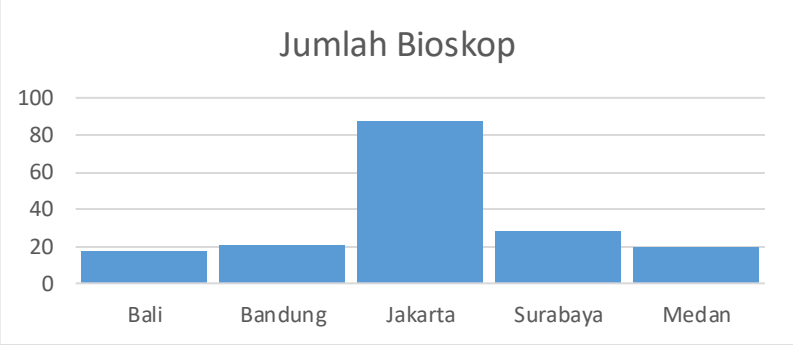
Tahun	Jumlah Penonton Bioskop
2019	29.646.450 Juta
2020	12.059.127 Juta
2021	4.226.025 Juta
2022	21.212.199 Juta

Sumber: www.kompas.com (2022)

Berdasarkan tabel di atas menunjukan jumlah penonton bioskop dari tahun 2019-2022 sudah mulai pulih hampir sama seperti sebelum masa pandemi. Produk layar lebar lebih efektif menjadi sarana promosi sektorpariwisata dan ekonomi kreatif sekaligus (Angela, 2022). Jumlah penonton film Indonesia diperkirakan akan memecahkan rekor baru pada tahun 2023. Dikutip dari kompas.id (2022).

Salah satu kota besar di indonesia khususnya DKI Jakarta yang menjadi kawasan metropolitan dengan tersebarnya 88 bioskop di DKI Jakarta yang merupakan 17,6% dari total 500 bioskop di seluruh wilayah Nusantara. Mayoritas bioskop di DKI Jakarta merupakan milik *Cinema* 21, dengan jumlah 63 bioskop atau 71,6% dari total bioskop di DKI Jakarta. Selanjutnya ada 12 bioskop CGV *blitz*, 10 bioskop *Cinemaxx*, dan 3 bioskop *Independent* (Annur, 2023).

Tabel 1.2 Jumlah Bioskop Terbanyak



Sumber: quena.id (2023)

Dengan banyaknya bioskop yang tersebar di DKI Jakarta hampir semua dapat beradaptasi mengikuti perkembangan zaman yang serba digital. Dengan menciptakan *trend* aplikasi pembelian tiket bioskop secara *online* yang bertujuan untuk meminimalisir antrean panjang di lokasi bioskop secara *offline* (Augusto *et al.*, 2019). Perusahaan hiburan bioskop terbesar di indonesia yaitu Cineplex 21 Group yang menciptakan aplikasi M.Tix yang merupakan layanan pembelian tiket bioskop secara *online* dengan tujuan untuk memberikan kemudahan efisiensi kepada pelanggan ketika membeli tiket bioskop tanpa harus antri dan dapat dilakukan dimana saja (Permana *et al.*, 2020).

M.Tix memiliki berbagai fitur utama yang tersedia seperti, fitur *playing* yang

menampilkan film-film yang sedang diputar di bioskop dan juga pengguna bisa memesan tiket untuk film yang disukainya. Fitur *upcoming* menampilkan film-film yang akan ditayangkan dalam waktu dekat (Sami, 2023).

Fitur *theater* menampilkan teater-teater dari daerah yang dipilih berbagai jenis teater termasuk teater terdekat dari lokasi pengguna. Untuk saat ini *platform* aplikasi ini sudah digunakan di perangkat android (Martha *et al.*, 2019). Metode pembayaran M.Tix menampilkan informasi pengguna serta pengaturannya, tidak hanya menggunakan dompet digital tetapi dapat menggunakan saldo melalui BRImo, Mandiri, BCA, dan Tokopedia. Riwayat transaksi yang dilakukan seperti *contact us dan term of services/disclaimer*, M.Tix juga mempunyai beberapa fitur tambahan seperti *privacy policy*.

Aplikasi M.Tix dapat di *download* melalui *Google Play Store* dan sudah sebanyak 10.000.000+ jumlah unduhan, tetapi aplikasi M.Tix mendapatkan *feedback* yang negatif dari para penggunanya (Noozira, 2023). Aplikasi M.Tix mendapatkan *rating* 3,8 dari 48.911 ribu ulasan di *Google Play Store* negatif maupun positif. Kelebihan dari aplikasi M.Tix adalah memudahkan penggunayang ingin menonton film di *Cinema XXI* (*Cinema* 21 dan *The Premiere*) untukmelakukan pemesanan tiket film secara *online* dan juga membeli *snack* atau makanan untuk dinikmati di *XXI cafe* secara *online*.

Tabel 1.3 Jumlah Perbandingan Rating dan Ulasan Aplikasi Penjualan Tiket Bioskop *Online*

	TIX.ID	M.TIX	CGV	CINEPOLIS
Rating	4,7%	3,8%	4,7%	4,7%
Ulasan	470.438 ribu	48.945 ribu	36.169 ribu	15.349 ribu

Sumber*: Google Play Store* (2024)

Berdasarkan *feedback* data pengguna dari *Google Play Store* aplikasi M.Tix mendapatkan *rating* 3,8% dengan ulasan 48.945.000 ribu, aplikasi tix.id mendapatkan *rating* 4,7% ulasan 470.438.000 ribu, aplikasi cgv mendapatkan *rating* 4,7% ulasan 36.169.000 ribu, aplikasi cinepolis mendapatkan *rating* 4,7% ulasan 15.349.000 ribu. Aplikasi M.Tix Aplikasi M.Tix mendapatkan ulasan negatif yang ditulis oleh pengguna terkait permasalahan yang di keluhkan oleh pengguna (Khaerunniza *et al.*, 2022).

Beberapa keluhan yang dirasakan oleh pengguna bahwa yang dialami pengguna seperti tampilan *user interface* yang berisi bentuk, warna, dan *font* yang kurang menarik dengan perangkat *mobile* dan adanya fitur *topup* biaya *admin* untuk pembelian tiket (Yusuf, 2023). Selain itu, Pengalaman pengguna (*user experience*) juga memberikan keluhan loading terlalu lama setelah melakukan transaksi, dan kegagalan dalam melakukan registrasi serta (*user experience*) yang tidak baik dan tidak efisien. Sehingga para pengguna tidak merasa puas ketika menggunakan aplikasi M.Tix.

Tabel 1.4 Ulasan *Feedback* Pengguna Aplikasi M.Tix

No	Nama Konsumen	Komentar	Penilaian *Review*	Sumber
1	Dimas Kusuma.	Tampilan konsep UI/UX kurang menarik sehingga tidak terlihat opsi memilih kursi, pembayaran hanyabisa menggunakan gopay.	Negatif	*Google Play Store*
2	Gozali Nurcahaya	Saya suka aplikasi yang ini banyak pilihan pembayaran, tidak seperti aplikasi yang lainnya hanya menggunakan satu pembayaran.	Positif	*Google Play Store*

3	Theowaluyo Nainggolan	Sungguh ribet, nomor hp ilang gabisa di ganti padahal ada akun email yg tertaut. Padahal bisa verifikasi lewat email harusnya. Dsuruh bikin akun baru. Hadeh ribet.	Negatif	*Google Play Store*
4	Aliya	Menurut saya aplikasi ini bagus untuk memesan tiket mudah dan *top up* juga mudah.	Positif	*Google Play Store*
5	Haikal Lamohamad	kenapa ada batasan pembelian tiket *online* nya,bagaimana kalo ada yg memesan tiket dalam jumlah banyak, saya mau pesan banyak malah keteteran karena batas pesan dalam satu akun hanya 8 tiket. Saya berharap ini di perbaiki secepatnya.	Negatif	*Google Play Store*
6	Siti Alkhaerani	Mempermudah pengguna yang ingin menonton bioskop secara *online*, tidak perlu mengantri lagi pembayarannya juga mudah	Positif	*Google Play Store*
7	Dicky Viara Hidayanto	Minimal *top up* 100rb nya sih yang bikin males, kalo cuman sekali2 nonton ya rugi banget kalo pake aplikasi ini, mending pake app sebelah aja, lebih lengkap, gaada minimal *top up*, Ul nya juga lebih modern	Negatif	*Google Play Store*
8	Echa Noverta	Aplikasi ini enak kita tahu semua film yang akan sedang tayang dan tahu tempat menonton pembelian tiketnya secara *online*	Positif	Aplikasi *Google Play Store*
9	Kunco Laksmono	Parah nih mau *top up* pake BCA gak bisa, bilangnya kode perusahaan tidak terdaftar dalam tabel perusahaan	Negatif	Aplikasi *Google Play Store*

Sumber*: Google Play Store* (2024)

Berdasarkan data diatas menunjukkan masyarakat memberikan *review* terhadap aplikasi M.Tix, ada beberapa pengguna aplikasi M.Tix yang merasa tidak puas dengan aplikasi tersebut. Mereka menganggap bahwa aplikasi M.Tix masih memiliki banyak kekurangan (Nuraini, 2023). Hal ini dapat dilihat dari ulasan gambar di atas yang menggambarkan kendala yangdialami oleh pengguna aplikasi M.Tix.

Kendala yang dialami oleh pengguna aplikasi M.Tix yaitu pengguna merasa minimal *top up* terlalu mahal, tampilan atau fitur *interface*nya terlalu kaku dengan warna yang kurang menarik untuk dilihat dan aplikasinya memerlukan waktu karena tidak ada koneksi internet sedangkan sinyal stabil. Sejak diterapkannya sistem pembelian tiket secara *online* salah satunya yaitu aplikasiM.Tix, perusahaan bioskop berharap sistem ini dapat memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan pembelian tiket bioskop untuk film-film yangdiinginkan di berbagai bioskop (Amaros, 2022).

Penting bagi perusahaan untuk memastikan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi yang mereka kembangkan. Keberhasilan sebuah aplikasi tidak hanya ditentukan oleh kinerja yang baik, tetapi juga oleh tingkat kepuasan pengguna. Tingkat kepuasan pengguna dapat menurun jika terjadi masalah teknis pada sistem aplikasi, masalah antarmuka dalam sistem, dan kesulitan pada *hardware* yang dapat menyulitkan pengguna (Octavia, 2023).

Kepuasan pengguna sangat erat kaitannya dengan keinginan pengguna untuk mencapai nilai pengguna yang maksimal. Nilai pengguna adalah persepsi pengguna terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan melalui harga yang dibayarkan. Kepuasan pengguna memiliki dampak langsung terhadap loyalitas pengguna, reputasi perusahaan yang meningkat dan harga yang lebih stabil selain itu, kepuasan pengguna juga merupakan faktor kunci dalam kesuksesan suatu perusahaan bisnis (Pratama *et al.*, 2020).

Berdasarkan latar belakang kepuasan pengguna aplikasi M.Tix tersebut mendorong

peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Analisis Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi M.Tix di DKI Jakarta"**. peneliti berharap temuan penelitian ini dapat menjadi saran atau rekomendasi kepada pengembang aplikasi M.Tix dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan kinerja.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner penelitian yang disebarkan secara *online* melalui *platform* dengan bentuk *google form* pada pengguna aplikasi M.Tix di wilayah DKI Jakarta selama bulan Januari 2024 hingga selsesai.

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu pengguna aplikasi M.Tix yang tinggal di DKI Jakarta dan pernah melakukan pembelian tiket bioskop. Penelitian ini menganalisis data menggunakana analisis deskriptif. Menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Sumber Data

Sumber data adalah sesuatu yang memberikan informasi mengenai data berdasarkan sumbernya. Data Primer adalah data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun sesuai dengan panduan pertanyaan yang telah disiapkan (Nabila, 2020).

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2022) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ada dalam penelitian. Wilayah ini meliputi tentang objek atau subjek yang bisa ditarik kesimpulannya (Amin *et al*., 2023). Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pengguna aplikasi *mobile* M.Tix di DKI Jakarta jumlahnya tidak di ketahui secara pasti.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Roflin *et al.,* 2021). Menurut perhitungan Wibisono dalam Fairnando *et al*., (2019), jumlah sampel yang dapat diambil dari populasi yang tidak diketahui adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 100. Menurut Fraenkal dalam Fairnando *et al*., (2019), berpendapat bahwa besaran jumlah minimal responden untuk penelitian deskriptif adalah 100 orang (Fairnando *et al*., 2019).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota untukdipilih menjadi anggota sampel. Salah satu teknik dalam *non probability sampling* adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Nabilla, 2020).

Adapun kriteria sampel yang akan di uji pada penelitian ini yaitu:

a. Responden berada di wilayah Daerah Khusus Jakarta

b. Responden pernah melakukan pembelian tiket bioskop melalui aplikasi M.Tix di DKI Jakarta

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner melalui aplikasi whatshapp dalam bentuk link *google form* dan disebarkan kepada para responden untuk memperoleh informasi penelitian. Kuesioner ialah teknik pengumpulan data dari sejumlah orang atau responden dengan memberikan daftar pertanyaan, yang akan dijawab oleh responden dan jawaban-jawaban yang diperoleh kemudian dikumpulkan sebagai data (Novaldi *et al.*, 2021).

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam Pratiwi *et al.* (2021), berpendapat bahwa variabel penelitian merupakan suatu objek penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna, penelitian ini menggunakan satu variabel yang kemudian dijabarkan menjadi definisi operasional variabel. Variabel yang digunakan ada 5 dimensi yakni *content, accuracy*, *format, ease to use*, *timeliness*. Adapun definisinya sebagai berikut:

a. *Content* (isi)
   Dimensi yang menentukan seberapa puas pengguna akhir dengan isi sistem informasi. isi sistem informasi harus akurat dan memenuhi kebutuhan pengguna.
b. A*ccuracy (*keakuratan)
   Keakuratan mengacu pada ketepatan sistem dalam mengolah input dan menghasilkan informasi. Jumlah kesalahan yang dibuat ketika mengolah data menunjukkan bahwa sistem memiliki tingkat keakurasian yang baik.
c. *format (*bentuk)
   Dimensi ini menentukan seberapa puas pengguna akhir dengan antarmuka sistem secara visual dan estetika.
d. E*ase of us* (kemudahan dalam menggunakan)
   Kemudahan dalam menggunakan sistem mencakup keseluruhan proses dari awal hingga akhir, termasuk memasukkan data, mengolah dan mencari informasi, dan menampilkan data akhir untuk pengguna.
e. *Timeliness* (ketepatan waktu)
   Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pengguna adalah denganmelihat ketepatan waktu atau ketepatan informasi yang diberikan. Semakin cepat sebuah sistem mengolah input dan menegeluarkan output, semakin cepat penilaian apakah sistem tersebut tepat waktu atau *real time.*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Demografi

Profil Responden

Setelah responden mengisi kuesioner yang disebarkan dalam bentuk *google form* melalui *platform* media sosial *WhatsApp* diperoleh data yang telah terkumpul dalam penelitiannya ini berjumlah 140 responden. Responden tersebut merupakan pengguna Aplikasi M.Tix di DKI Jakarta. Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin responden, usia, domisili, pekerjaan, dan lama penggguna aplikasi. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden adalah faktor demografi sangat penting untuk penelitian pasar karena dapat memengaruhi perilaku konsumen (Hair *et al.*,2019). Gambaran subjek berdasarkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu perempuan dan laki-laki.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Perempuan	114	81,4%
2	Laki-laki	26	18,6%
Jumlah		**140**	**100%**

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.1 bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki. Frekuensi subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, yaitu perempuan sebanyak 114 orang (81,4%) dan laki-laki sebanyak 26 orang (18,6%). Keunggulan Perempuan dalam pengisian kuesioner ini dikarenakan bahwa Perempuan lebih sering menggunakan menonton bioskop secara *online* menggunakan aplikasi M.Tix.

Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna karena kebutuhan dan preferensi pengguna dapat berubah seiring bertambahnya usia (Kotler *et al.*, 2019). Pada data yang didapat setelah melakukan penyebaran kuesioner, dapat dideskripsikan karakteristik berdasarkan usia penggguna aplikasi M.Tix, sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
18-22 Tahun	33	23,6%
23-40 Tahun	105	75%
41-60 Tahun	2	1,4%
Jumlah	**140**	**100%**

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Dari tabel 4.2 diatas bahwa karakteristik responden mendominasi berdasarkan usia adalah kelompok usia 23-40 tahun dengan presentase 75%. Hal tersebut dikarenakan rentang usia 23-40 tahun pengguna kalangan muda yang aktif media sosial membeli tiket bisokop secara *online*.

Responden Berdasarkan Domisili

Domisili adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, karena lingkungan dan budaya setempat dapat mempengaruhi preferensi dan kebutuhan konsumen (Kumar *et al.*,2019). Pada data yang didapat setelah melakukan penyebaran kuesioner, dapat dideskripsikan karakteristik berdasarkan domisili pengguna aplikasi M.Tix, sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden	Presentase
Jakarta Barat	53	37,9%
Jakarta Pusat	12	8.6%
Jakarta Timur	38	27,1%
Jakarta Utara	8	5,7%
Jakarta Selatan	29	20,7%
Jumlah	**140**	**100%**

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Dari tabel 4.3 menyatakan bahwa karakteristik responden pengguna yang berdomisili di DKI Jakarta khususnya di Jakarta Barat mendominasi penggunaan dengan presentase 37,9%. Hal ini bisa terjadi karena pendapatan yang relatif tinggi Jakarta Barat yang memiliki infrastruktur digital yang baik dan lokasi bioskop yang strategis.

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan konsumen dapat mempengaruhi pendapatan dan gaya hidup mereka, karena pekerjaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku mereka (Lusch *et al*.,2019). Pada data yang didapat setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada 140 responden, dapat dideskripsikan karakteristik berdasarkan status pengguna aplikasi M.Tix, sebagai berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	25	17,9%
Karyawan	59	42,1%
Buruh	5	3,6%
Ibu Rumah Tangga	37	26,4%
Lainnya	14	10%
Jumlah	**140**	**100%**

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Dari tabel 4.4 menyatakan bahwa karakteristik responden yang mendominasi berdasarkan pekerjaan adalah karyawan dengan presentase 42,1%. Hal tersebut dikarenakan aplikasi M.Tix menjadi pilihan populer bagi karyawan yang ingin menikmati hiburan, mengurangi rasa stress atau relaksasi, dan kemudahan dalam membeli tiket bioskop.

Lama Penggunaan Aplikasi M.Tix

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan adalah lama penggunaan aplikasi, karena pengguna yang telah menggunakan aplikasi untuk jangka waktu yang lama cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi (Kim *et al.*,2019). Pada data yang didapat setelah melakukan penyebaran kuesioner, dapat dideskripsikan karakteristik berdasarkan lama Penggunaan Aplikasi M.Tix, sebagai berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi M.Tix

Pemakaian Aplikasi M.Tix	Jumlah Responden	Presentase
< 1 Tahun	2	1,4%
1-3 Tahun	21	15%
4-6 Tahun	32	22,9%
7-9 Tahun	27	19,3%
> 10 Tahun	58	41,4%
Jumlah	**140**	**100%**

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Dari tabel 4.5 menyatakan bahwa karakteristik responden yang mendominasi berdasarkan lama pengguna aplikasi M.Tix adalah lebih dari 10 tahun dengan presentase 41,4%. Hal tersebut dikarenakan pengguna membeli tiket bioskop secara *online* dengan mudah dan cepat, pengguna dapat memilih film dan jadwal tayang yang sesuai preferensi pengguna.

Analisis Deskriptif Kepuasan Pengguna

Hasil kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan pengguna dengan aplikasi M.Tix sebagai aplikasi pembelian tiket bioskop secara *online*. Data ini dikumpulkan dari 140 orang yang dipilih melalui metode *purposive sampling*.

Content (isi)

Dimensi *Content* responden mengetahui tentang kelengkapan sistem informasi aplikasi M.Tix di DKI Jakarta, yang mencakup fungsi dan informasi yang dapat diakses oleh pengguna. *Item* pernyataan ini diadaptasi dari (Fadhila, 2023).

Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Dimensi *Content*

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban			
			STS	TS	S	SS
1	Konten aplikasi M.Tix sesuai dengan kebutuhan pengguna	Wi	1	2	3	4
		Fi	1	2	72	65
		∑ Wifi		481		
		%	0,7%	1,4%	51,4%	46,4%
		Total	3		137	
			2,1%		97,9%	
		Rata-rata		**3,4**		
2	Konten aplikasi M.Tix cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan pengguna	Wi	1	2	3	4
		Fi	1	2	64	73
		∑ Wifi		489		
		%	0,7%	1,4%	45,7%	52,1%
		Total	3		137	
			2,1%		97,9%	
		Rata-rata		**3,4**		
3	Kualitas konten yang diberikan sudah baik.	Wi	1	2	3	4
		Fi	1	7	72	60
		∑ Wifi		471		
		%	0,7%	5%	51,4%	42,9%
		Total	8		132	
			5,7%		94,3%	
		Rata-rata		**3,3**		
4	Konten yang terdapat di dalam aplikasi M.Tix sudah memiliki kualitas yang baik	Wi	1	2	3	4
		Fi	1	5	70	64
		∑ Wifi		477		
		%	0,7%	3,6%	50%	45,7%
		Total	6		134	
			4,3%		95,7%	
		Rata-rata		**3,4**		
5	Aplikasi M.Tix memuat konten yang bermanfaat bagi keperluan saya.	Wi	1	2	3	4
		Fi	1	5	64	70
		∑ Wifi		483		
		%	0,7%	3,6%	45,7%	50%
		Total	6		134	
			4,3%		95,7%	
		Rata-rata		**3,4**		
Rata-rata Presentase			**3,7%**		**96,3%**	
Rata-rata				**3,4**		

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Dimensi *Content* menunjukkan rata-rata presentase jawaban "setuju dan sangat setuju" sebesar 96,3% yang berarti dimensi ini memiliki kontribusi yang sangat memuaskan dalam

menciptakan kepuasan pengguna aplikasi M.Tix. Hal tersebut didukung oleh pernyataan nomer satu dan dua yaitu sebesar 97,9% dengan "Pernyataan Konten aplikasi M.Tix sesuai dengan kebutuhan pengguna" dan "Konten aplikasi M.Tix cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan pengguna". Selain itu, pernyataan nomer empat dan lima yaitu sebesar 95,71% dengan "Konten yang terdapat di dalam aplikasi M.Tix sudah memiliki kualitas yang baik" dan "Aplikasi M.Tix memuat konten yang bermanfaat bagi keperluan saya". Serta pernyataan nomer tiga yaitu sebesar 94,28% dengan "Kualitas konten yang diberikan sudah baik".

Accuracy (Keakuratan)

Terdapat tiga pernyataan dan hasil data dalam dimensi *Accuracy*, yang menilai sejauh mana responden memahami keakuratan data atau informasi yang dibuat oleh aplikasi M.Tix. *Item* pernyataan ini diadaptasi dari (Sami, 2023).

Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Dimensi *Accuracy*

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban			
			STS	TS	S	SS
1	Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang benar.	Wi	1	2	3	4
		Fi	2	6	69	63
		∑ Wifi		473		
		%	1,4%	4,3%	49,3%	45%
		Total	8		132	
			5,7%		94,3%	
		Rata-rata		**3,3**		
2	Aplikasi M.Tix menghasilkan output yang selalu akurat.	Wi	1	2	3	4
		Fi	3	13	68	56
		∑ Wifi		457		
		%	2,1%	9,3%	48,6%	40%
		Total	16		124	
			11,4%		88,6%	
		Rata-rata		**3,2**		
3	Aplikasi M.Tix telah bekerja sesuai dengan standar yang ditentukan.	Wi	1	2	3	4
		Fi	2	6	71	61
		∑ Wifi		471		
		%	1,4%	4,3%	50,7%	43,6%
		Total	8		132	
			5,7%		94,3%	
		Rata-rata		**3,3**		
4	Aplikasi M.Tix bekerja tanpa adanya error.	Wi	1	2	3	4
		Fi	7	37	65	31
		∑ Wifi		400		
		%	5%	26,4%	46,4%	22,1%
		Total	44		96	
			31,4%		68,6%	
		Rata-rata		**2,8**		
5	Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang dapat dipercaya.	Wi	1	2	3	4
		Fi	2	5	69	64
		∑ Wifi		475		
		%	1,4%	3,6%	49,3%	45,7%
		Total	7		133	
			5%		95%	

Rata-rata		**3,3**	
Rata-rata Presentase	**11,8%**		**88,2%**
Rata-rata		**3,2**	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Dimensi *Accuracy* (keakuratan) menunjukkan rata-rata presentase jawaban "setuju dan sangat setuju" sebesar 88,2% yang berarti dimensi ini memiliki kontribusi yang sangat memuaskan dalam menciptakan kepuasan pengguna aplikasi M.Tix. Hal tersebut didukung oleh pernyataan nomer lima yaitu sebesar 95% "Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang dapat dipercaya". Selain itu pernyataan nomer satu dan tiga yaitu sebesar 94,3% dengan pernyataan "Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang benar" dan "Aplikasi M.Tix telah bekerja sesuai dengan standar yang ditentukan". Lalu pernyataan nomer dua yaitu sebesar 88,6% "Aplikasi M.Tix menghasilkan *output* yang selalu akurat". Serta pernyataan nomer empat yaitu sebesar 68,6% "Aplikasi M.Tix bekerja tanpa adanya error".

Format (Bentuk)

Dimensi Format untuk responden mempelajari *fitur* tampilan, keteraturan, dan keindahan antarmuka (*user interface*) dalam aplikasi M.Tix. *Item* pernyataan ini diadaptasi dari (Fadhila, 2023).

Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Dimensi Format

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban			
			STS	**TS**	**S**	**SS**
1	Format tampilan aplikasi M.Tix sudah jelas.	Wi	1	2	3	4
		Fi	2	10	52	76
		∑ Wifi	482			
		%	1,4%	7,1%	37,1%	54,3%
		Total	12		128	
			8,6%		91,4%	
		Rata-rata	**3,4**			
2	Format tata letak aplikasi M.Tix sudah baik.	Wi	1	2	3	4
		Fi	4	7	58	71
		∑ Wifi	476			
		%	2,9%	5%	41,4%	50,7%
		Total	11		129	
			7,9%		92,1%	
		Rata-rata	**3,4**			
3	Format warna dan kombinasi warna pada aplikasi M.Tix yang diberikan sudah baik	Wi	1	2	3	4
		Fi	4	6	63	67
		∑ Wifi	473			
		%	2,9%	4,3%	45%	47,9%
		Total	10		130	
			7,1%		92,9%	
		Rata-rata	**3,3**			
4	Format yang disajikan menarik.	Wi	1	2	3	4
		Fi	2	3	67	68
		∑ Wifi	481			

		%	1,4%	2,1%	47,9%	48,6%
		Total	5		135	
			3,6%		96,4%	
		Rata-rata		**3,4**		
5	Format pemesanan tiket bioskop baik.	Wi	1	2	3	4
		Fi	3	7	56	74
		∑ Wifi		481		
		%	2,1%	5%	40%	52,9%
		Total	10		130	
			7,1%		92,9%	
		Rata-rata		**3,4**		
Rata-rata Presentase			**6,9%**		**93,1%**	
Rata-rata				**3,4**		

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Dimensi Format menunjukkan rata-rata presentase jawaban "setuju dan sangat setuju" sebesar 93,1% yang berarti dimensi ini memiliki kontribusi yang sangat memuaskan dalam menciptakan kepuasan pengguna aplikasi M.Tix. Hal tersebut didukung oleh pernyataan nomer empat yaitu sebesar 96,42% dengan pernyataan "Format yang disajikan menarik". Selain itu pernyataan nomer tiga dan lima yaitu sebesar 92,9% "Format warna dan kombinasi warna pada aplikasi M.Tix yang diberikan sudah baik" "Format pemesanan tiket bioskop baik". Serta pernyataan nomer dua yaitu sebesar 92,1% "Format tata letak aplikasi M.Tix sudah baik". Lalu pernyataan nomer satu yaitu sebesar 91,4% "Format tampilan aplikasi M.Tix sudah jelas".

Uji *Mean*

Tabel 4. 13 Interpretasi Skor

Level	Interval	Kriteria
5	4,2-5	Sangat Puas (SP)
4	3,4-4,2	Puas (P)
3	2,6-3,4	Cukup Puas (CP)
2	1,8-2,6	Tidak Puas (TP)
1	1-1,8	Sangat Tidak Puas (STP)

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Uji *Mean* dalam penelitian ini berdasarkan pada interpretasi skor menurut Fadhilah (2023) yang menyatakan bahwa level 1 berkisar pada skor 1 – 1,8 yang berarti “Sangat Tidak Puas”, level 2 berkisar 1,8 – 2,6 yang berarti “Tidak Puas”, level 3 berkisar pada skor 2,6 – 3,4 dengan keterangan “Netral”, level 4 berkisar skor 3,4 – 4,2 yang diartikan “Puas” dan terakhir level 5 dengan skor berkisar 4,2 – 5 yang berarti “Sangat Puas”. Uji *Mean* dari masing-masing dimensi dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.14 Uji *Mean* terkait *Content* (isi)

Items	*Rating*
Konten aplikasi M.Tix sesuai dengan kebutuhan pengguna	3,4
Konten aplikasi M.Tix cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan pengguna	3,4
Kualitas konten yang diberikan sudah baik	3,3
Konten yang terdapat di dalam aplikasi M.Tix sudah memiliki kualitas	3,4

baik	
Aplikasi M.Tix memuat konten yang bermanfaat bagi keperluan saya.	3,4
Rata-rata Dimensi	**3,4**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.13 tabel yang telah diperoleh dari dimensi *Content* (isi), maka didapatkan nilai rata-rata yaitu 3,4 dari lima indikator aspek *Content* (isi). Secara keseluruhan, hasil uji *Mean* ini menunjukkan bahwa plikasi M.Tix umumnya telah memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna terkait konten. Nilai rata-rata 3,4 yang konsisten tinggi menggambarkan bahwa konten aplikasi cukup relevan, lengkap, dan bermanfaat, dengan kualitas yang juga cukup memadai. Namun, masih terdapat sedikit ruang untuk perbaikan pada kualitas konten agar lebih memenuhi ekspektasi pengguna. seperti yang tergambar pada pernyataan "Konten aplikasi M.Tix cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan pengguna" dengan nilai 3,4. "Konten yang terdapat di dalam aplikasi M.Tix sudah memiliki kualitas baik" dengan nilai 3,4. "Aplikasi M.Tix memuat konten yang bermanfaat bagi keperluan saya" dengan nilai 3,4.

Dari hasil pengolahan data, dimensi *Content* (isi) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Content* (isi) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Perdana *et al.*,(2021) yang menyatakan bahwa pengguna merasa puas dengan *Conten* (isi) pada AUTO2000 *mobile.*

Tabel 4.15 Uji *Mean* terkait *Accuracy* (keakuratan)

Items	***Rating***
Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang benar	3,3
Aplikasi M.Tix menghasilkan *output* yang selalu akurat	3,2
Aplikasi M.Tix telah bekerja sesuai dengan standar yang ditentukan	3,3
Aplikasi M.Tix bekerja tanpa adanya error	2,8
Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang dipercaya	3,3
Rata-rata Dimensi	**3,2**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Tabel 4.14 berdasarkan tabel yang telah diperoleh dari dimensi *Accuracy* (keakuratan), maka didapatkan nilai rata-rata yaitu 3,2 dari lima indikator aspek *Accuracy* (keakuratan) Secara keseluruhan, hasil uji *Mean* ini menunjukkan bahwa aplikasi M.Tix dinilai cukup dapat diandalkan dalam memberikan informasi yang benar dan dapat dipercaya. Namun, ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan ketepatan output dan frekuensi error yang terjadi dalam aplikasi.

Nilai rata-rata 3,2 untuk dimensi keandalan menunjukkan bahwa meskipun aplikasi ini berfungsi dengan baik sebagian besar waktu, ada ruang untuk perbaikan dalam hal kestabilan dan konsistensi operasional. Seperti yang tergambar pada pernyataan "Aplikasi M.Tix menghasilkan output yang selalu akurat" dengan nilai 3,2. "Aplikasi M.Tix menghasilkan informasi yang dipercaya" dengan nilai 3,3. "Aplikasi M.Tix bekerja tanpa adanya error" 2,8.

Dari hasil pengolahan data, dimensi *Accuracy* (keakuratan) dengan nilai rata-rata 3,2 berada di level 3 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "netral" terhadap *Accuracy* (keakuratan) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Wahyuningsih (2021) yang menyatakan bahwa dimensi *Accuracy* (keakuratan) tidak berpengaruh atau netral terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi *mobile Mobile My FirstMedia.*

Tabel 4.16 Uji *Mean* terkait Format (bentuk)

Items	***Rating***
Format tampilan aplikasi M.Tix sudah jelas.	3,4
Format tata letak aplikasi M.Tix sudah baik.	3,4
Format warna dan kombinasi warna pada aplikasi M.Tix yang diberikan sudah baik	3,3

Format yang disajikan menarik.	3,4
Format pemesanan tiket bioskop baik.	3,4
Rata-rata Dimensi	**3,4**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.15 tabel yang telah diperoleh dari dimensi Format (bentuk), maka didapatkan nilai rata-rata yaitu 3,4 dari lima indikator aspek Format (bentuk), Secara keseluruhan hasil uji *Mean* ini menunjukkan bahwa tampilan dan format aplikasi M.Tix sudah sangat baik. Pengguna merasa nyaman dengan kejelasan tampilan, tata letak, dan pemilihan warna aplikasi, serta menikmati proses pemesanan tiket bioskop yang mudah dan baik. Meskipun ada sedikit ruang untuk perbaikan pada kombinasi warna, dengan nilai rata-rata 3,4 yang konsisten tinggi menggambarkan bahwa aplikasi sudah memberikan pengalaman visual yang menarik dan efisien. Seperti yang tergambar pada pernyataan "Format tampilan aplikasi M.Tix sudah jelas" dengan nilai 3,4. "Format warna dan kombinasi warna pada aplikasi M.Tix yang diberikan sudah baik", "Format pemesanan tiket bioskop baik" dengan nilai 3.3.

Dari hasil pengolahan data, dimensi Format (bentuk) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap Format (bentuk) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sami (2023) yang menyatakan bahwa pengguna merasa puas dengan Format (bentuk) pada aplikasi M.Tix.

Tabel 4.17 Uji *Mean* terkait *Ease of Use (*kemudahan pengguna)

Items	***Rating***
Aplikasi M.Tix merupakan aplikasi yang *user friendly*	3,3
Penggunaan menu dalam aplikasi M.Tix mudah	3,5
Aplikasi M.Tix nyaman digunakan	3,4
Aplikasi M.Tix dapat dioperasikan dengan mudah	3,3
Aplikasi M.Tix dapat memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan pengguna	3,3
Rata-rata Dimensi	**3,4**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.16 tabel yang telah diperoleh dari dimensi *Ease of Use* (kemudahan pengguna), maka didapatkan nilai rata-rata yaitu 3,4 dari lima indikator aspek *Ease of Use* (kemudahan pengguna), Secara keseluruhan hasil uji *Mean* ini menunjukkan bahwa aplikasi M.Tix cukup berhasil dalam hal kemudahan penggunaan. Pengguna merasa nyaman dengan menu yang mudah dinavigasi dan aplikasi yang umumnya memberikan pengalaman yang mudah dioperasikan.

Dengan nilai rata-rata 3,4 yang baik menggambarkan bahwa aplikasi ini cukup *user-friendly*. Namun, masih ada sedikit ruang untuk perbaikan, terutama dalam meningkatkan aspek interaksi dan kemudahan operasional di beberapa fitur untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Seperti yang tergambar pada pernyataan "Aplikasi M.Tix dapat memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan pengguna" dengan nilai 3,3 "Aplikasi M.Tix dapat dioperasikan dengan mudah" dengan nilai 3,3.

Dari hasil pengolahan data, dimensi *Ease of Use* (kemudahan pengguna) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Ease of Use* (kemudahan pengguna) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Fadhila (2023) yang menyatakan bahwa pengguna merasa puas dengan *Ease of Use* (kemudahan pengguna) pada aplikasi Flip.

Tabel 4.18 Uji *Mean* terkait *Timeliness* (ketepatan waktu)

Items	***Rating***
Aplikasi M.Tix cepat dalam menampilkan informasi	3,3

Aplikasi M.Tix menampilkan informasi *real time*	3,3
Aplikasi M.Tix menyajikan data *up to date*	3,4
Aplikasi M.Tix mengolah segala transaksi dengan cepat dan tepat waktu	3,3
Aplikasi M.Tix ketanggapan keluhan dengan tepat waktu saat dibutuhkan	3,2
Rata-rata Dimensi	**3,3**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 tabel yang telah diperoleh dari dimensi *Timeliness* (ketepatan waktu), maka didapatkan nilai rata-rata yaitu 3,3 dari lima indikator aspek *Timeliness* (ketepatan waktu), Secara keseluruhan, hasil uji rating ini menunjukkan bahwa aplikasi M.Tix cukup responsif dan cepat dalam menyajikan informasi, mengolah transaksi, serta memberikan data yang *up to date*. Dengan nilai rata-rata 3,3 yang baik menggambarkan bahwa aplikasi ini memenuhi sebagian besar harapan pengguna dalam hal kecepatan. Namun, terdapat sedikit ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal ketanggapan terhadap keluhan pengguna dan kecepatan dalam beberapa aspek tertentu.

Meningkatkan responsivitas terhadap keluhan dan memastikan kelancaran operasi di seluruh area aplikasi dapat meningkatkan pengalaman pengguna lebih lanjut. Seperti yang tergambar pada pernyataan "Aplikasi M.Tix menyajikan data *up to date"* dengan nilai 3,4. "Aplikasi M.Tix mengolah segala transaksi dengan cepat dan tepat waktu" dengan nilai 3,3.

Dari hasil pengolahan data, dimensi *Timeliness* (ketepatan waktu) dengan nilai rata-rata 3,3 berada di level 3 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "netral" terhadap *Timeliness* (ketepatan waktu) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Fadhila (2023) yang menyatakan bahwa pengguna merasa netral dengan *Timeliness* (ketepatan waktu) pada aplikasi Flip.

Uji Standar Deviasi

Standar deviasi dalam penelitian ini untuk menentukaan persebaran data dari suatu sampel dan untuk melihat seberapa dekat data-data tersebut dengan nilai mean dalam penelitian ini, Uji Standar Deviasi dari masing-masing dimensi sebagai berikut:

Tabel 4.19 Uji *Standar Deviasi* pada *Content* (isi)

Nama	Jumlah Responden	*Mean*	*Standar Deviation*
C1	140	3,4	0,565
C2	140	3,4	0,569
C3	140	3,3	0,614
C4	140	3,4	0,599
C5	140	3,4	0,604

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.18, uji standar deviasi dilakukan pada dimensi *content* (isi). Dapat dilihat bahwa standar deviasi berkisar antara 0,565 hingga 0,614 dengan nilai tertinggi pada indikator C3 sebesar 0,614 dan terendah pada C1 sebesar 0,565.

Dari hasil pengolahan data, indikator C1 dengan nilai 0,565 yang memiliki jawaban responden cenderung seragam dan dekat dengan nilai rata-rata. Kemudian C2 dengan nilai 0,569 hampir sama dengan C1 yang berarti variasi jawaban juga cukup kecil dan mayoritas responden memberi tanggapan yang serupa. Selain itu nilai C3 dengan nilai 0,614 menjadi yang paling tinggi menunjukkan bahwa adanya variasi jawaban yang sedikit lebih besar dan jauh dari nilai rata-rata. Nilai C4 dengan nilai 0,599 juga relatif kecil, hampir serupa dengan C1 dan C2, yang menunjukkan bahwa jawaban responden cukup seragam. Terakhir nilai C5 dengan nilai 0,604 menunjukkan adanya variasi jawaban yang sedikit lebih banyak dibandingkan C1, C2, dan C4.

Tabel 4.20 Uji *Standar Deviasi* pada *Accuracy* (keakuratan)

Nama	Jumlah Responden	*Mean*	*Standar Deviation*
A1	140	3,3	0,640
A2	140	3,2	0,716
A3	140	3,3	0,637
A4	140	2,8	0,819
A5	140	3,3	0,631

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.19, uji standar deviasi dilakukan terhadap lima indikator pada aspek *Accuracy* (keakuratan). Hasil ini menunjukkan bahwa standar deviasi berkisar antara 0,631 hingga 0,819 dengan nilai tertinggi pada indikator A4 sebesar 0,819 dan terendah pada A5 sebesar 0,631.

Dari hasil pengolahan data, indikator A1 dengan nilai 0,640 menunjukkan bahwa variasi antara jawaban responden cukup ada dan tidak terlalu jauh dari rata-rata. Kemudian A2 dengan nilai 0,716 yaitu lebih besar dibandingkan A1, yang menunjukkan adanya variasi yang lebih besar dan lebih beragam pada jawaban responden. Lalu A3 dengan nilai 0,637 hampir sama dengan A1, menunjukkan bahwa variasi yang cukup kecil. Selain itu indikator A4 dengan nilai 0,819 menjadi yang paling tinggi, menunjukkan bahwa variasi jawaban responden cukup besar dan jawaban lebih jauh dari rata-rata, Terakhir indikator A5 dengan nilai 0,631 menjadi paling rendah, hal ini menunjukkan bahwa lebih dekat dengan rata-rata dan variasinya cenderung seragam.

Tabel 4.21 Uji *Standar Deviasi* pada Format (bentuk)

Nama	Jumlah Responden	*Mean*	*Standar Deviation*
F1	140	3,4	0,692
F2	140	3,4	0,718
F3	140	3,3	0,704
F4	140	3,4	0,614
F5	140	3,4	0,691

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.20, uji standar deviasi dilakukan terhadap lima indikator pada aspek Format (bentuk). Hasil ini menunjukkan bahwa standar deviasi berkisar antara 0,614 hingga 0,718 dengan nilai tertinggi pada indikator F2 sebesar 0,718 dan terendah pada F4 sebesar 0,614.

Dari hasil pengolahan data, indikator F1 dengan nilai 0,692, menunjukkan bahwa variasi pada jawaban responden cukup besar dan tidak terlalu jauh dengan rata-rata. Kemudian F2 dengan nilai 0,718 menjadi yang paling tinggi, menunjukkan bahwa lebih jauh dari rata-rata dan variasi pada jawaban responden lebih beragam dibandingkan F1. Lalu indikator F3 dengan nilai 0,704 menunjukkan bahwa variasi cukup beragam pada jawaban responden dan cukup jauh dari rata-rata. Selanjutnya indikator F4 dengan nilai 0,614 menjadi yang paling rendah, menunjukkan bahwa dekat dengan rata-rata dan jawaban responden lebih seragam. Terakhir F5 dengan nilai 0,691 yaitu hampir sama dengan F1, menunjukkan bahwa lebih dekat dengan rata-rata dibandingkan F1 dan variasi jawaban responden cukup besar.

Tabel 4.22 Uji *Standar Deviasi* pada *Ease of Use* (kemudahan pengguna)

Nama	Jumlah Responden	*Mean*	*Standar Deviation*
E1	140	3,3	0,672
E2	140	3,5	0,617
E3	140	3,4	0,626
E4	140	3,3	0,654
E5	140	3,3	0,636

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.20, uji standar deviasi dilakukan terhadap lima indikator pada aspek *Ease of Use* (kemudahan pengguna). Hasil ini menunjukkan bahwa standar deviasi berkisar antara 0,617 hingga 0,672 dengan nilai tertinggi pada indikator E1 sebesar 0,672 dan terendah pada E2 sebesar 0,617.

Dari hasil pengolahan data, indikator E1 dengan nilai 0,672 menjadi yang paling tinggi, menunjukkan bahwa jauh dari rata-rata dan jawaban responden beragam. Kemudian E2 dengan nilai 0,617 menjadi yang paling rendah, menunjukkan bahwa dekat dengan rata-rata dan jawaban responden cukup seragam. Lalu E3 dengan nilai 0,626 menunjukkan bahwa dekat dengan rata-rata namun tidak terlalu dekat seperti E2 dan jawaban responden cukup serupa walaupun ada sedikit perbedaan. Selanjutnya indikator E4 dengan nilai 0,654 menunjukkan cukup jauh dari rata-rata dan variasi cukup besar dalam jawaban responden. Terakhir E5 dengan nilai 0,636 menunjukkan bahwa variasi cukup seragam hampir serupa dengan E2 dan cukup dekat dengan rata-rata.

Tabel 4.23 Uji *Standar Deviasi* pada *Timeliness* (ketepatan waktu)

Nama	Jumlah Responden	*Mean*	*Standar Deviation*
T1	140	3,3	0,702
T2	140	3,3	0,746
T3	140	3,4	0,656
T4	140	3,3	0,703
T5	140	3,2	0,730

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.22, uji standar deviasi dilakukan terhadap lima indikator pada aspek *Timeliness* (ketepatan waktu). Hasil ini menunjukkan bahwa standar deviasi berkisar antara 0,656 hingga 0,746 dengan nilai tertinggi pada indikator T2 sebesar 0,746 dan terendah pada T3 sebesar 0,656, yang menunjukkan bahwa T3 standar deviasi lebih dekat dengan rata-rata.

Dari hasil pengolahan data, indikator T2 dengan nilai0,746 menjadi yang paling tinggi, menunjukkan bahwa jauh dari rata-rata dan jawaban responden beragam. Kemudian indikator T3 dengan nilai 0,656 menjadi paling rendah, menunjukkan bahwa dekat dengan rata-rata dam jawaban responden cukup beragam. Lalu T4 dengan nilai 0,703 menunjukkan bahwa dekat dengna rata-rata namun tidak terlalu dekat seperti T1 dan jawaban responden cukup serupa walaupun ada sedikit perbedaan. Selanjutnya indikator T5 dengan nilai 0,730 menunjukkan bahwa variasi cukup seragam hampir serupa dengan E2 dan cukup dekat dnegan rata-rata.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kepuasan pengguna pada aplikasi M.Tix di DKI Jakarta bila dilihat dari pendekatan analisis deskripsi rata-rata didapatkan hasil "puas".

1. *Content* (isi)
   Berdasarkan hasil penelitian dari dimensi *Content* dapat diukur oleh *Information* (Informasi), *Completeness* (kelengkapan), *Benefit* (manfaat), *Output* (hasil). Aplikasi M.Tix telah memberikan informasi yang akurat, fitur dan fungsi yang lengkap, manfaat yang jelas , hasil yang memuaskan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Dari hasil pengolahan data, dimensi *Content* (isi) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Content* (isi) pada aplikasi M-Tix. (Fadhila, 2023).Format (bentuk) dapat di ukur oleh *Service* (Layanan), *Appearance* (Penampilan), *Color* (Warna). Dengan demikian format yang jelas, layanan yang memuaskan, penampilan yang menarik dan

warna yang sesuai, mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan pengguna, dengan kualitas layanan pengguna akan memiliki kepuasan yang tinggi pada aplikasi M.Tix Dari hasil pengolahan data, dimensi Format (bentuk) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap Format (bentuk) pada aplikasi M-Tix. (Fadhila, 2023).

2. *Accuracy* (keakuratan)
   Berdasarkan hasil penelitian dari dimensi *Accuracy* dapat diuukur oleh *Conscientious* (Teliti),*Accurate* (Akurat), *Appropriate* (sesuai). Aplikasi M.Tix memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap dimensi *Accuracy*. Dari hasil pengolahan data, dimensi *Accuracy* (keakuratan) dengan nilai rata-rata 3,2 berada di level 3 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "netral" terhadap *Accuracy* (keakuratan) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Wahyuningsih (2021), yang menyatakan bahwa dimensi *Accuracy* (keakuratan) tidak berpengaruh atau netral terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi *mobile Mobile My FirstMedia*.
3. Format (bentuk)
   Berdasarkan hasil penelitian dari dimensi Format dapat diukur oleh *Service* (Layanan), *Appearance* (Penampilan), *Color* (Warna). Dengan demikian format yang jelas, layanan yang memuaskan, penampilan yang menarik dan warna yang sesuai, mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan pengguna, dengan kualitas layanan pengguna akan memiliki kepuasan yang tinggi pada aplikasi M.Tix Dari hasil pengolahan data, dimensi Format (bentuk) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap Format (bentuk) pada aplikasi M-Tix. (Fadhila, 2023).
4. *Ease of use* (kemudahan pengguna)
   Berdasarkan hasil penelitian dari dimensi *Ease Of Use* dapat diukur oleh *User friendly* (Ramah pengguna), *Efficiency* (Efisiensi), *Easy to understand* (Mudah dipahami), *Service system* (Sistem pelayanan). Kemudahan penggunaan aplikasi yang mudah dan efektif digunakan meningkatkan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna yang tinggi menunjukkan bahwa orang menggunakan aplikasi secara berulang dan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Dari hasil pengolahan data, dimensi *Ease of Use* (kemudahan pengguna) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Ease of Use* (kemudahan pengguna) pada aplikasi M.Tix (Wahyuningsih, 2021).
5. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)
   Berdasarkan hasil penelitian dari dimensi Content dapat diukur oleh *Call time* (Waktu panggilan), *Information availability* (Ketersediaan informasi), *Up to date* (Terkini). Aplikasi M.Tix telah memenuhi ekspektasi pengguna dalam hal kualitas layanan dan informasi yang disediakan. Dari hasil pengolahan data, dimensi *Ease of Use* (kemudahan pengguna) dengan nilai rata-rata 3,4 berada di level 4 maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa "puas" terhadap *Ease of Use* (kemudahan pengguna) pada aplikasi M-Tix. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Fadhila (2023) yang menyatakan bahwa pengguna merasa puas dengan *Ease of Use* (kemudahan pengguna) pada aplikasi Flip.

Implikasi

Implikasi Teoretis

Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa Aplikasi M.Tix sebagai alat pembelian tiket bioskop secara *online* oleh pengguna dipengaruhi faktor kemudahan pengguna, kenyamanan pengguna dalam mencari informasi, dan kemanan bertransaksi.

Hasil ini mendukung teori kepuasan pengguna yang menyatakan bahwa Kepuasan pengguna *(User Satisfaction)* tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu produk atau layanan, kepuasan pengguna mengukur seberapa puas pengguna terhadap layanan atau proses tertentu (Hidayatuloh, 2020).

Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau saran bagi PT Nusantara Sejahtera Raya, terutama yang berkaitan dengan aplikasi M.Tix kemudahan penggunaan dan keamanan M.Tix untuk meningkatkan loyalitas pengguna. Totalitas memberikan layanan membantu keresahan pengguna. Selain itu memberikan promosi yang menarik juga dapat membantu meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi M.Tix sebagai alat utama pembelian tiket bioskop secara *online*. Dengan menggunakan lima dimensi yaitu:

1. *Content* (isi)
   Untuk bagian atau divisi pengembangan aplikasi M.Tix harus memastikan bahwa konten aplikasi selalu diperbarui dan akurat
2. *Accuracy* (keakuratan)
   Untuk bagian atau divisi pengembangan aplikasi M.Tix harus memastikan bahwa data dan informasi yang disajikan aplikasi akurat dan dapat diandalkan
3. Format (bentuk)
   Untuk bagian atau divisi pengembangan aplikasi M.Tix harus memastikan bahwa desain antarmuka aplikasi intuitif, mudah digunakan, dan menarik.
4. *Ease of Use* (kemudahan pengguna)
   Untuk bagian atau divisi pengembangan aplikasi M.Tix harus memastikan bahwa aplikasi mudah digunakan, memiliki navigasi yang jelas, dan tidak memerlukan waktu lama untuk memahami cara menggunakannya.
5. *Timeliness* (ketepatan waktu)
   Untuk bagian atau divisi pengembangan aplikasi M.Tix harus memastikan bahwa aplikasi selalu diperbarui dnegan informasi terkini dan akurat.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memiliki beberapa hambatan yang mempengaruhi prosesnya. Diantaranya yaitu:

1. Penelitian hanya memanfaatkan media sosial *Instagram dan WhatsApp* untuk mendapatkan responden diluar jangkauan peneliti dan tidak mengoptimalkan media sosial yang lain seperti *Twitter*, *Facebook*, dll.
2. Pada penelitian ini, sampel yang diteliti hanya dari wilayah DKI Jakarta tidak merata, sehingga ada kecenderungan lebih banyak responden berasal dari satu wilayah tertentu.
3. Jumlah sampel pada penelitian ini hanya 140 pengguna aplikasi M.Tix di DKI Jakarta, dan mungkin belum cukup untuk menggambarkan situasi secara menyeluruh.

Rekomendasi Bagi Penelitian

1. Bagi penelitian selanjutnya peneliti bisa memanfaatkan seluruh media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, Line, Facebook dll. Untuk mendapatkan responden lebih luas (Pradana et al., 2021).
2. Peneliti menambahkan sampel secara merata di DKI Jakarta, untuk menggambarkan situasi secara menyeluruh, memastikan setiap wilayah terwakili secara proporsional dalam sampel yang dipilih (Fadhila, 2023).

3. Mengggunakan jumlah sampel lebih dari 140 pengguna aplikasi M.Tix di DKI Jakarta, untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik, ukuran yang lebih besar dan cangkupan yang lebih luas (Sami, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan.

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian.

Anggraini, F. D., Aprianti, Setyawati, V. A., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas.

Atmaja, Surya, I. K., & Sukendra, I. K. (2020). Instrumen penelitian.

Chen, T., Peng, L., Yin, X., Rong, J., Yang, J., & Cong, G. (2020). Analysis of user satisfaction with online education platforms in China during the COVID-19 pandemic. *In Healthcare*, (Vol. 8, No. 3, p. 200).

Erfina. (2023). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer.

Fadhila, F. (2023). Analisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi Flip menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS).

Fauzan, R. D. (2022). Analisis kepuasan pengguna aplikasi mobile pelayanan pelanggan telekomunikasi menggunakan metode End-User Computing Satisfaction (EUCS).

Febriani, S. (2022). Analisis Deskriptif Standar Deviasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 910-913.

Hair, J. F., Jr., Wolfinbarger, M., & Ortinau, D. J. (2019). Essentials of marketing research. McGraw-Hill Education.

Hidayatuloh, S., & Aziati, Y. (2020). Analisis pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna mobile application e-commerce shopee menggunakan model delone & mclean. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (TEKINFO)*, 21(1), 73-83.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. *unitomo*

Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan. (Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence).

Kalankesh, L. R., Nasiry, Z., Fein, R. A., & Damanab, S. (2020). Factors influencing user satisfaction with information systems: a systematic review. *Galen Medical Journal*, 9, e1686.

Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143-153.

Kim, J., & Lee, Y. (2019). The effects of mobile app usage on customer loyalty. Journal of Business Research, 96, 241-248

Kumar, N., & Mirchandani, R. (2019). Marketing research: A practical approach. Sage Publications.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing management. Pearson Education.

Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2019). Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities. Cambridge University Press

Maknunah, L. (2023). *5 Kota Dengan Bioskop Terbanyak di Indonesia dan Penyebabnya, Kota Besar Mendominasi.*

Martínez, J. G., Gelashvili, V., & Saura, J. R. (2020). The impact of environmental social media publications on user satisfaction with and trust in tourism businesses. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5417.

Meha, R. H. (2019). Analisis kepuasan pengguna sistem informasi akademik di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Muhammad, & Fetra, A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Service Co-Creation terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada pengguna Livin'by Mandiri di Kota Padang).

Mujarod, & Siti, S. (2022). Analisis nilai moral dalam novel temukan aku dalam istikharahmu karya e. sabila el raihany. Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra.

Munthe, N. S. (2019). Tingkat Kepuasan Pengguna Opac Dengan Metode End User Computing Statispaction (Eucs) Di Perpustakaan Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Bina Bangsa Getsempena Banda Aceh.

Nabila, V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Puskesmas Pamulang Kota Tangerang Selatan.

Nani, M. S. (2019). Tingkat Kepuasan Pengguna Opac Dengan Metode End User Computing Statispaction (Eucs) Di Perpustakaan Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Bina Bangsa Getsempena Banda Aceh.

Novaldy, T., & Mahpudin, A. (2021). Penerapan Aplikasi Dengan Menggunakan Barcode Dan Aplikasi Untuk Laporan Presensi Kepada Orang Tua.

Pratiwi, A. R. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan ShopeePay pada Aplikasi Shopee di Kota Surabaya).

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516-524.

Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran.

Salsabila, N. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Maxim Dengan Menggunakan Model End-User Computing Satisfaction (Eucs) .

Sami, M. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi M.TIX Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Delone And Mclean.

Sandra Mifdhaf Abdilla, A. (2023). Pengaruh Dimensi Usability Terhadap Loyalitas Pengguna Pembelian Tiket Online .

santos. (2024). *globalisasi.*

Setyoningrum, N. R. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Kerja Praktek dan Skripsi (SKKP) Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS).

Sicca, S. P. (2021). Apa Itu Globalisasi dan Dampaknya? Kompas

Stefani, K., & Cilvanus, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru. *Media Informatika*, 19(2), 72-87.

Wahyuningsih, M. (2021). Evaluasi Kepuasan Pelanggan Aplikasi Mobile My First Media Menggunakan Modes End User Computing Satisfaction.

Waluyo, E., Septian, A., Jerilian, E., Hidayat, I. N., Prahadi, M. A., Prasetyo, T., & Sabilah, A. I. (2024). Analisis Data Sample Menggunakan Uji Hipotesis Penelitian Perbandingnan Menggunakan Uji Anova dan Uji T. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(6), 775-785.