

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FEMALE DAILY DI JABOTABEK

Faras Mumtazah Sajidah

Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta

Correspondence		
Email: mumtazahfaras@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 13 November 2025	Accepted 16 November 2025	Published 17 November 2025

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi Female Daily di wilayah Jabotabek menggunakan model End User Computing Satisfaction (EUCS) dengan lima dimensi: content, accuracy, format, timeliness, dan ease of use. Metode penelitian kuantitatif digunakan dengan survei online melalui Google Forms, melibatkan 128 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi Female Daily. Analisis data meliputi analisis deskriptif, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), dan Gap Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi content memiliki tingkat kepuasan tertinggi (76,10%), sedangkan dimensi accuracy memiliki tingkat kepuasan terendah (72,11%). Berdasarkan IPA, dimensi accuracy berada di kuadran prioritas utama, sementara dimensi content di kuadran prioritas rendah. Gap Analysis mengungkapkan kesenjangan negatif pada semua dimensi, dengan dimensi accuracy memiliki gap terbesar (-1,54). Implikasi praktis menekankan perlunya peningkatan keakuratan aplikasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, EUCS, Female Daily, Jabotabek, Analisis Kepuasan

Introduction

Pertumbuhan ekosistem digital di Indonesia telah memberikan dampak besar pada penggunaan *e-commerce*, termasuk dalam sektor *beauty e-commerce* yang juga mengalami peningkatan yang sejalan dengan tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap produk kecantikan (Fauzi, 2023; cncindonesia.com, 2024). Female Daily merupakan sebuah platform kecantikan yang menawarkan layanan belanja yang dilengkapi dengan fitur menarik seperti *try & review*, artikel, serta forum diskusi. Female Daily menjadi salah satu aplikasi yang paling sering dikunjungi dalam kategori kecantikan (similarweb.com, 2025). Meskipun memberikan berbagai fitur yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pengguna, Female Daily hanya mendapatkan skor 3, 4 dari bintang 5, yang menunjukkan adanya kemungkinan ketidakpuasan pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas konten, keakuratan informasi, desain antarmuka, kemudahan dalam penggunaan, dan ketepatan waktu dalam memberikan layanan (Doll dan Torkzadeh, 1988; Putra dan Prehanto, 2021). Dari hasil awal dan tanggapan pengguna, masih ada beberapa masalah pada aplikasi Female Daily, seperti informasi yang tidak berkualitas, konten yang tidak relevan, ketidakakuratan dalam hasil pencarian, adanya *bug* atau kesalahan, tampilan yang kurang menarik, lambatnya respon dari layanan, serta kesulitan dalam akses dan penggunaan. Situasi ini menunjukkan adanya jarak antara ekspektasi pengguna dengan kinerja aplikasi, serta mengindikasikan perlunya evaluasi yang sistematis menggunakan model EUCS yang telah terbukti efektif dalam menilai kepuasan pengguna sistem informasi (Ismatullah et al., 2022; Nopitasari dan Suyatno, 2023).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis seberapa puas pengguna aplikasi Female Daily di daerah Jabotabek dengan merujuk pada lima aspek EUCS, yaitu content, accuracy, format, timeliness, dan ease of use. Dari sudut pandang ilmiah, kajian ini memiliki signifikansi karena dapat memberikan wawasan empiris tentang elemen-elemen yang

memengaruhi tingkat kepuasan pengguna di sektor *beauty e-commerce* di Indonesia. Dari sisi praktis, temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pengembang Female Daily dalam upaya memperbaiki kinerja layanan aplikasinya. Artikel ini memberikan kontribusi dengan menyajikan analisis menyeluruh terkait kepuasan pengguna berdasarkan EUCS dalam konteks *beauty e-commerce*, serta menambah sumber referensi dalam kajian tentang evaluasi kepuasan pengguna aplikasi digital di Indonesia.

Literature Review

Konsep kepuasan sistem informasi berawal dari teori End User Computing Satisfaction (EUCS) yang pertama kali diciptakan oleh Doll dan Torkzadeh pada tahun 1988. Model ini berfungsi sebagai alat untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna akhir berdasarkan pengalaman mereka ketika berinteraksi dengan sistem informasi. EUCS menganalisis kepuasan lewat lima elemen utama, yaitu content, accuracy, format, timeliness, dan ease of use. Dimensi konten terfokus pada sejauh mana informasi itu lengkap dan relevan, akurasi mengukur seberapa tepat hasil yang diberikan dan seberapa sedikit kesalahan yang ada, format berhubungan dengan cara antarmuka ditampilkan, ketepatan waktu menilai seberapa cepat sistem dalam memproses data, dan kemudahan penggunaan mengevaluasi seberapa mudah sistem itu digunakan baik oleh pemula maupun pengguna berpengalaman. Model EUCS banyak diterapkan karena dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang pandangan pengguna akhir terhadap kinerja aplikasi, termasuk aplikasi *beauty e-commerce* seperti Female Daily.

Berbagai studi sebelumnya telah menggunakan model EUCS dalam berbagai konteks sistem informasi. Shah F (2024) meneliti tingkat kepuasan pengguna Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit Elektronik dengan melakukan survei kepada 142 responden dan menemukan bahwa secara umum, pengguna merasa puas, meskipun ada beberapa aspek seperti format dan kemudahan penggunaan yang masih memerlukan perbaikan. Castillo et al. (2022) menilai kepuasan pengguna Fasilitasi Perdagangan Digital di Filipina dan menemukan bahwa meskipun mayoritas pengguna merasa puas, dimensi ketepatan waktu mendapatkan nilai terendah. Ahmed et al. (2022) melakukan evaluasi terhadap Sistem E-Court dengan pendekatan kuantitatif dan menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa puas dengan sistem yang tersedia. Holtrop et al. (2025) menyelidiki aplikasi Livin' by Mandiri di kalangan mahasiswa DKI Jakarta dan menemukan bahwa faktor format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu secara signifikan memengaruhi kepuasan, sementara konten dan akurasi tidak memberikan dampak yang signifikan. Selanjutnya, Prabawanti dan Sihombing (2023) meneliti aplikasi e-commerce dan menemukan bahwa kemudahan penggunaan, ketepatan waktu, serta pemenuhan mempengaruhi secara signifikan, sedangkan akurasi dan format tidak terbukti memberikan pengaruh. Nugraha et al. (2024) dalam penelitian aplikasi KAI Access mengungkapkan bahwa konten, format, dan ketepatan waktu memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan dua dimensi lainnya tidak berpengaruh. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa meskipun model EUCS terbukti efektif, setiap konteks aplikasi menghasilkan pola pengaruh variabel yang bervariasi.

Meskipun penelitian sebelumnya telah memberikan sumbangan yang signifikan, masih ada beberapa kekurangan dalam penelitian, baik dari sudut pandang teori maupun praktik. Dalam hal teori, belum ada kesepakatan mengenai dimensi mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna; beberapa studi menekankan pentingnya format dan ketepatan waktu, sementara studi lainnya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan atau konten lebih berpengaruh. Dalam aspek empiris, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji kepuasan pengguna pada aplikasi e-commerce kecantikan di Indonesia dengan menggunakan model EUCS, padahal aplikasi seperti Female Daily memiliki karakteristik unik dalam hal konten, personalisasi, dan interaksi komunitas. Selain itu, beberapa studi sebelumnya lebih

menitikberatkan pada aplikasi pelayanan publik atau keuangan sehingga kurang mencerminkan dinamika perilaku pengguna di platform yang berbasis ulasan kecantikan, yang sangat bergantung pada kualitas informasi dan interaksi komunitas.

Method

Penelitian ini mengadopsi metodologi kuantitatif dengan format survei, yang dipilih karena dapat menghasilkan data yang dapat diukur dan memungkinkan analisis statistik mengenai pandangan pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi Female Daily. Metodologi kuantitatif dinilai sesuai karena tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan berdasarkan variabel-variabel terstruktur dari model EUCS, sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif yang menekankan pengukuran yang objektif dan terorganisir (Paramita et al., 2021). Penelitian ini dilakukan di area Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi (Jabotabek), dengan pengumpulan data dimulai dari bulan Januari hingga selesai. Pemilihan lokasi dilakukan karena tingginya jumlah pengguna e-commerce di daerah ini, sehingga sesuai dengan penggunaan aplikasi Female Daily.

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari pengguna aktif aplikasi Female Daily. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability purposive sampling*, karena ada kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden, yakni pengguna yang berusia 17 tahun ke atas, tinggal di Jabotabek, dan telah menggunakan aplikasi Female Daily setidaknya selama satu tahun terakhir (Subhaktiyasa, 2024). Penentuan jumlah sampel mengikuti pedoman yang diberikan oleh Hair et al. (2010), yaitu 5–10 kali jumlah indikator yang ada. Dengan jumlah indikator mencapai 16, maka sampel minimal yang dibutuhkan adalah 128 responden, yang dianggap cukup untuk mewakili populasi penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang didasarkan pada model Kepuasan Pengguna Akhir (EUCS) yang dibuat oleh Doll dan Torkzadeh pada tahun 1988. Alat ini terdiri dari lima dimensi, yaitu konten, akurasi, format, ketepatan waktu, dan kemudahan penggunaan, dengan total 16 indikator yang diambil dari penelitian sebelumnya (Istianah dan Yustanti; Putra J dkk. ; Prabawanti dan Sihombing; Nopitasari dan Suyatno). Penggunaan skala Likert dengan empat tingkat digunakan untuk mengukur sejauh mana responden setuju (Maulidiyah dkk. , 2024), dipilih agar dapat mengurangi kecenderungan pilihan netral (Alhassan dkk. , 2022). Uji validitas item dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan reliabilitas dari instrumen diuji dengan Cronbach's Alpha, dengan standar nilai $\alpha > 0,7$ menandakan reliabilitas yang baik (Putra dan Prehanto, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms yang disebarluaskan melalui media sosial. Metode ini dipilih karena mampu menjangkau responden dengan efektif dan mempermudah proses pengumpulan data primer dalam jumlah besar (Sugiyono, 2022). Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menjelaskan karakteristik responden serta sudut pandang pengguna. Di samping itu, tingkat kepuasan pengguna dihitung dengan memakai metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Siahaan dan Agustini, 2021) serta Importance Performance Analysis (IPA) untuk menentukan prioritas dalam perbaikan layanan. Pengujian validitas dan reliabilitas dilaksanakan dengan dukungan perangkat lunak SPSS, yang juga digunakan untuk memproses data tambahan lainnya.

Results and Discussions

Analisis data dilakukan terhadap 128 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik peserta menunjukkan bahwa kelompok usia 17–25 tahun mendominasi dengan persentase 75,8%, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi ini berasal dari

kalangan remaja akhir serta dewasa muda yang aktif mencari informasi seputar kecantikan melalui media digital. Sebagian besar dari mereka tinggal di Jakarta (50%), diikuti oleh Bogor (17,2%) dan Bekasi (16,4%), daerah yang memiliki tingkat penggunaan aplikasi kecantikan yang tinggi. Dari segi pekerjaan, pelajar dan mahasiswa menjadi kelompok terbesar dengan persentase 64,8%, yang menunjukkan bahwa aplikasi ini banyak dimanfaatkan oleh individu yang akrab dengan teknologi digital dan aktif dalam merumuskan perilaku konsumsi terkait kecantikan.

Penilaian terhadap lima dimensi EUCS menunjukkan variasi dalam persepsi. Dimensi konten mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi dengan rata-rata 3,01 dan *gap* -0,52, menunjukkan bahwa kualitas serta kelengkapan informasi aplikasi telah memenuhi harapan pengguna, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan kecil. Di sisi lain, dimensi akurasi mencatat tingkat kepuasan terendah (2,18) dan *gap* terbesar (-1,54), yang termasuk dalam kategori ketidakcocokan serius, sehingga aspek akurasi informasi menjadi prioritas utama untuk diperbaiki (Chaudhary dan Warner, 2022). Dimensi format dan ketepatan waktu mencatat *gap* moderat masing-masing -0,66 dan -0,75, menunjukkan bahwa antarmuka serta ketepatan waktu informasi masih belum optimal, terutama berkaitan dengan kecepatan akses dan pembaruan informasi secara real time. Dimensi kemudahan penggunaan juga menunjukkan nilai *gap* -0,80, yang menandakan bahwa kenyamanan dalam penggunaan, terutama untuk mencari produk, belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna.

Analisis mendalam menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) mengindikasikan bahwa konten, format, dan kemudahan penggunaan masuk dalam kategori "puas" hingga "sangat puas", sementara keakuratan berada dalam kategori "tidak puas". Hal ini menguatkan hasil analisis celah yang menunjukkan bahwa keakuratan adalah kelemahan utama dari aplikasi. Di sisi lain, hasil Analisis Pentingnya Kinerja (IPA) mengungkapkan bahwa beberapa indikator mengenai konten, format, dan kemudahan penggunaan terletak di Kuadran IV (kinerja tinggi, kepentingan rendah), yang menunjukkan bahwa kinerjanya sudah melebihi harapan dan tidak menjadi fokus perbaikan. Namun, indikator yang berhubungan dengan keakuratan informasi serta salah satu indikator ketepatan waktu berada di Kuadran I (kepentingan tinggi, kinerja rendah), sehingga perlu peningkatan signifikan untuk mempertahankan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Conclusions

Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna aplikasi Female Daily di area Jabotabek bervariasi di setiap dimensi EUCS. Dimensi konten, format, dan kemudahan penggunaan berada pada kategori "puas" sampai "sangat puas", yang menunjukkan bahwa aplikasi telah menyajikan informasi yang cukup lengkap, antarmuka yang menarik, serta kemudahan dalam penggunaannya bagi kebanyakan pengguna. Pada dimensi ketepatan waktu, pengguna menilai aplikasi sebagai cukup responsif, meskipun masih ada beberapa aspek yang belum berfungsi dengan baik, terutama yang berkaitan dengan kecepatan akses dan penyampaian informasi secara langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa beberapa elemen layanan sudah memenuhi harapan pengguna dan memiliki kinerja yang perlu dipertahankan.

Sebaliknya, aspek akurasi menunjukkan tingkat kepuasan yang paling rendah dengan perbedaan terbesar dan termasuk dalam kategori kesenjangan serius, sehingga menjadi fokus utama untuk meningkatkan kinerja. Besarnya selisih tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian yang signifikan antara harapan dan kenyataan pengguna, khususnya terkait keakuratan informasi kecantikan yang disajikan oleh aplikasi. Di samping itu, beberapa indikator dalam aspek ketepatan waktu dan format juga perlu ditingkatkan sesuai dengan hasil Analisis Pentingnya Kinerja yang menempatkannya pada kuadran prioritas perbaikan. Keadaan ini menyoroti bahwa peningkatan kualitas teknis dan pemeriksaan informasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

Secara keseluruhan, studi ini menyimpulkan bahwa meskipun aplikasi Female Daily telah berhasil memenuhi sebagian besar ekspektasi pengguna terkait konten, desain, dan kemudahan penggunaan, masih ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan keakuratan serta kecepatan informasi agar pengalaman pengguna dapat ditingkatkan secara keseluruhan. Hasil dari penelitian ini memberikan sumbangan penting bagi pengembangan aplikasi *beauty e-commerce* di Indonesia dengan menyoroti elemen-elemen layanan yang krusial bagi kepuasan pengguna. Selain itu, temuan ini dapat dijadikan pedoman bagi para pengembang aplikasi untuk fokus pada perbaikan berbasis data, serta bagi peneliti selanjutnya dalam menggali variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pengguna.

Daftar Pustaka

- Ahmed, R. K., Ahmed, O., Pappel, I., Draheim, D. (2022). E-Court System Evaluation Through the User's Perspective: Applying the End-User Computing Satisfaction (EUCS) Model. *Proceedings of the 23rd Annual International Conference On Digital Government Research*, 293-299. <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3583>
- Alhassan, I., Asiamah, N., Opuni, F. F., & Alhassan, A. (2022). The Likert Scale: Exploring The Unknowns And Their Potential To Mislead The World. *UDS International Journal of Development*, 9(2), 867-880. <https://doi.org/10.47740/621.UDSIJD6i>
- Castillo, R. C., De Villa, H. P., Encinas, E. C., Hernandez, J. J., & Mandocdoc, M. M. (2022). End-User Computing Satisfaction on Digital Trade Facilitation in the Philippines. *Journal of Innovation Information Technology and Application (JINITA)*, 4(1), 21–31. <http://dx.doi.org/10.35970/jinita.v4i1.1102>
- Chaudhary, A. K., & Warner, L. A. (2022). Identifying Gaps between Importnace and Satisfaction to Indentify Extension Clients's Needs. <https://edis.ifas.ufl.edu/publication/WC252>
- Doll, W. J., Torkzadeh, G., & Doll, B. W. J. (2024). *The Measurement of End-User Computing Satisfaction*. 12(2), 259–274.
- Fauzi Rizal, A. U. A. (2023). *Konsep Dasar E-Commerce*. Kalimantan Selatan: Ruang Karya Bersama.
- Fazri A., Purbolaksono, M. A., & Astuti, W. (2024). Aspect-Based Sentiment Analysis of Beauty Product Reviews on Female Daily Website Using Support Vector Machine and Word2Vec. <https://doi.org/10.1109/ICoDSA62899.2024.10651822>
- Hair, J. F. *et al.* (2010) *Multivariate Data Analysis*. 3rd edn. United States: Pearson.
- Holtrop, R., Wijoyo, S. H., & Nugraha, D. C. A. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Livin by Mandiri Menggunakan Metode EUCS (Studi Kasus Mahasiswa di DKI Jakarta). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(4). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Ismatullah, N. K., Widodo, A. P., & Nugraheni, S. A. (2022). EUCS (*End User Computing Satisfaction*) Model for Evaluation of Health Information System: Literature Review. *The Indonesian Journal of Health Promotion*, 5(5), 463–467. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i5.2343>
- Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/47882>
- Likert, R. A. (1932). Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology* 140, pp. 1-55.
- Maulidiyah, E. F., Hidayah, M., Sholikhah, A., & Rasyada, D. A. (2024). Peran Self Regulated Learning Dalam Meningkatkan Prestasi Akademik Pada Mahasiswa. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(2), 996-1008. <https://doi.org/10.26740/cipp.v11n2.p996-1008>

- Nopitasari, N. A., & Suyatno, D. F. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/54177>
- Prabawanti, R., & Sihombing, D. J. C. (2023). Analysis of Factors Affecting User Satisfaction of E-Commerce Applications Using End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Journal of Information System and Informatics*, 5(1), 324-332. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v5il.437>
- Putra, R. D., & Prehanto, D. R. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip.id menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End User Computing Satisfaction (EUCS). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/43245>
- Shah, F. A. (2024). Assessment of End User Computing Satisfaction (EUCS) of Electronic Hospital Management Information System (eHMIS) in Lady Reading Hospital Peshawar Pakistan. *Pakistan Journal of Medical Sciences*, 40(11), 2458–2463. <https://doi.org/10.12669/pjms.40.11.9156>
- Sholihah, R., & Indriyanti, A. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). (n.d.). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/47236/39485>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiyono & Lestari. P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional). Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono. F. (2022). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.