

Analisis Tingkat Kepuasan Dan Penerimaan Mahasiswa Terhadap Penggunaan Akun Instagram Universitas Indo Global Mandiri Sebagai Media Informasi Kampus Dengan Menggunakan Model Eucs Dan Utaut2

Suci Permata Mustika ¹⁾, Ahmad Sanmorino ²⁾, Indah Pratiwi Putri ³⁾

^{1,2,3}Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Indo Global Mandiri

20 Ilir Jl. Jend. Sudirman 30126 Ilir Timur I Sumatera Selatan

e-mail: 2022210088@students.uigm.ac.id¹, sanmorino@uigm.ac.id², wiwid@uigm.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tingkat kepuasan serta penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan akun Instagram Universitas Indo Global Mandiri (UIGM). Peneliti menggunakan kerangka End-User Computing Satisfaction (EUCS) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Mahasiswa UIGM mengisi kuesioner sebagai sumber data utama dalam studi ini. Peneliti mengolah data tersebut dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil riset membuktikan bahwa dimensi isi, akurasi, format, kemudahan, dan ketepatan waktu memicu kepuasan pengguna. Konstruk UTAUT2 seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, dan kebiasaan turut menentukan penerimaan teknologi. Studi ini menyimpulkan bahwa Instagram berfungsi sebagai sarana informasi kampus yang sangat berdaya guna. Kualitas konten yang unggul dan penyampaian informasi yang tepat waktu menjamin efektivitas media sosial tersebut.

Kata kunci : Instagram, EUCS, UTAUT 2, Kepuasan Pengguna, Mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze student satisfaction and acceptance of the Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) Instagram account as a campus information medium. The research applies the End User Computing Satisfaction (EUCS) and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) models. Data were collected through an online questionnaire distributed to students and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLSSEM). The results indicate that information quality, accuracy, format, ease of use, and timeliness significantly influence student satisfaction. In addition, several UTAUT2 constructs such as performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, and habit contribute to user acceptance. The findings suggest that Instagram can function effectively as a digital communication medium for delivering campus information when supported by relevant, accurate, and timely content.

Keywords: Instagram, EUCS, UTAUT 2, User Satisfaction, Students.

PENDAHULUAN

Inovasi teknologi informasi merombak total pola distribusi informasi dari institusi pendidikan kepada para mahasiswa. Lembaga pendidikan saat ini mengandalkan media sosial sebagai instrumen komunikasi utama. Platform digital memberikan akses instan serta jangkauan audiens yang sangat masif. Instagram menduduki posisi puncak dalam preferensi mahasiswa karena kekuatan

aspek visualnya. Aplikasi ini memudahkan pengguna membagikan beragam materi dalam format gambar, video, maupun teks secara efisien. [1]. Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) Institusi mengoptimalkan penggunaan akun Instagram resmi dalam memfasilitasi kebutuhan informasi bagi warga kampus. Media sosial ini mendiseminasikan beragam pengumuman bidang akademik serta publikasi kegiatan

organisasi kemahasiswaan secara efektif. Selain itu, universitas menyampaikan berbagai pesan institusional penting kepada mahasiswa melalui platform digital yang interaktif ini.

Instrumen End User Computing Satisfaction (EUCS) memiliki peran vital untuk mengukur efektivitas operasional sebuah sistem informasi secara mendalam. Pendekatan ini menilai tingkat kepuasan pengguna melalui parameter yang sangat komprehensif. Fokus evaluasinya mencakup dimensi kualitas konten, akurasi informasi, estetika format, kemudahan pemakaian, serta aspek ketepatan waktu. Selain itu, para peneliti menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) guna membedah mekanisme penerimaan teknologi oleh individu. Berbagai faktor seperti ekspektasi kinerja, kemudahan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, hingga kebiasaan menjadi variabel kunci yang mempengaruhi penggunaan teknologi. Literatur sistem informasi secara konsisten memadukan kedua kerangka kerja tersebut demi mengukur indeks kepuasan sekaligus tingkat adopsi teknologi secara akurat [2].

Studi ini mengevaluasi tingkat kepuasan serta penerimaan mahasiswa terhadap akun Instagram Universitas Indo Global Mandiri sebagai penyedia informasi akademik. Peneliti mengintegrasikan kerangka model EUCS dan UTAUT2 untuk membedah data secara sistematis. Hasil studi ini memaparkan gambaran nyata mengenai efektivitas Instagram sebagai platform komunikasi digital di lingkungan kampus. Temuan ini juga berfungsi sebagai instrumen evaluasi bagi pengelola media sosial institusi guna mengoptimalkan standar penyampaian informasi kepada seluruh mahasiswa.

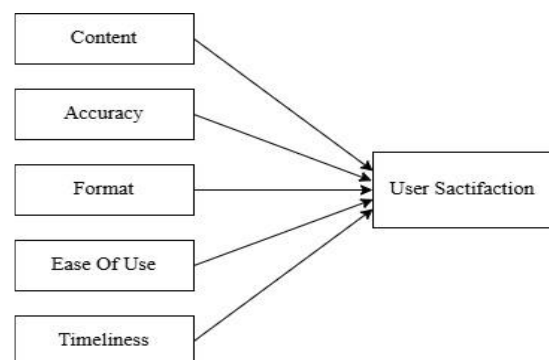
METODE PENELITIAN

Menurut [3] Media sosial Instagram memfasilitasi distribusi konten visual berupa foto dan video melalui berbagai fitur interaksi digital seperti komentar, tanda suka, dan cerita singkat. Pengguna masa kini mengoperasikan platform tersebut melampaui sekadar kebutuhan hiburan personal. Kalangan profesional

memanfaatkan Instagram secara luas guna mendukung aktivitas bisnis, promosi komoditas, serta penguatan keterlibatan publik melalui sajian visual yang estetik.

Menurut [4] Masyarakat mengandalkan media informasi digital sebagai instrumen rujukan utama. Platform ini memfasilitasi publik dalam upaya memenuhi tuntutan pencarian data serta pengembangan wawasan secara mandiri, terutama karena kemampuannya menyediakan informasi secara cepat, relevan, dan mudah diakses. Mereka menjelaskan bahwa media digital hadir sebagai sarana yang mendukung proses penyebaran informasi secara luas dan realtime sehingga menjadi pilihan utama bagi pengguna dalam memperoleh berbagai bentuk informasi.

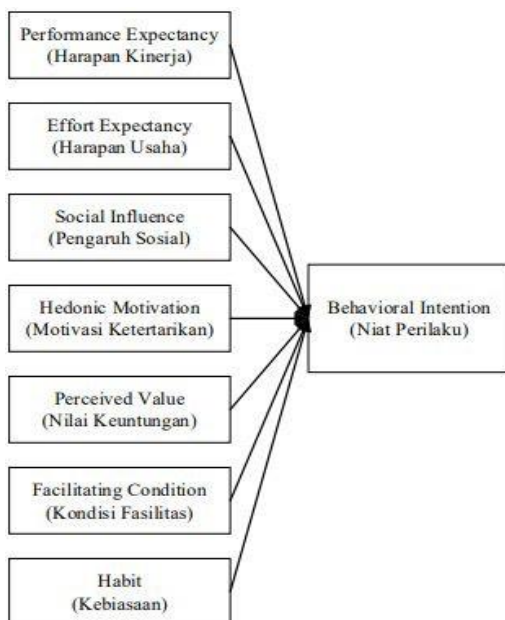
Doll dan Torkzadeh (1988) memformulasikan kerangka End User Computing Satisfaction (EUCS) guna mengukur derajat kepuasan individu dalam menggunakan sistem informasi. Banyak peneliti mengandalkan model EUCS karena instrumen ini mampu memotret mutu serta pengalaman pemakaian teknologi secara mendalam berdasarkan perspektif langsung para pengguna akhir. Menurut [5] EUCS merupakan model pengukuran kepuasan pengguna sistem informasi yang menilai lima faktor utama, yaitu *Accuracy*, *Content*, *Ease of Use*, *Format*, *Timeliness*.



Gambar 1. Research EUCS Model [6].

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) merupakan pengembangan dari model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2012. Model ini digunakan untuk menjelaskan perilaku individu dalam menerima dan menggunakan teknologi

dengan mempertimbangkan berbagai faktor sosial, motivasional, dan kebiasaan pengguna. Menurut [7] UTAUT2 merupakan model teoretis yang menjelaskan niat dan perilaku pengguna dalam menggunakan suatu sistem berbasis teknologi melalui tujuh konstruk utama, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *Perceiiveid Valuei* dan *habit*.



Gambar 2. UTAUT2 *conceptual model* [8].

Menurut [9] *Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* menggunakan pendekatan berbasis varians untuk mengestimasi hubungan antar variabel laten secara serempak. Teknik ini mengedepankan fungsi prediksi serta menawarkan fleksibilitas yang sangat tinggi dalam analisis data. Peneliti sering mengandalkan metode ini untuk menyelesaikan model yang kompleks, menghadapi keterbatasan jumlah sampel, atau menangani data dengan distribusi tidak normal. Keunggulan tersebut mendorong penggunaan PLS-SEM secara masif dalam studi eksploratif yang berupaya membangun model atau teori baru.

Peneliti mengadopsi pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Langkah ini bertujuan mengukur derajat kepuasan dan penerimaan mahasiswa terhadap akun Instagram Universitas Indo Global Mandiri

sebagai media informasi kampus. Subjek penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif Universitas Indo Global Mandiri yang mengikuti akun Instagram resmi milik institusi tersebut. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 362 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator pada model End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Peneliti mengukur tiap butir pernyataan menggunakan skala Likert lima poin. Rentang pilihan jawaban dimulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) sampai Sangat Setuju (SS). Tahap berikutnya mencakup analisis data melalui metode Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS). Peneliti mengoperasikan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji validitas serta reliabilitas data secara mendalam. Prosedur tersebut sekaligus membuktikan hubungan antarvariabel yang terdapat dalam model penelitian.

Penelitian ini menggunakan dimensi content dari model EUCS sebagai variabel utama. Peneliti menekankan keterlibatan aspek accuracy, format, ease of use, dan timeliness, serta variabel UTAUT2 yang terdiri dari performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, perceived value, dan habit. Peneliti menerapkan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan dukungan piranti lunak SmartPLS dalam mengolah data. Prosedur analisis mencakup evaluasi outer model untuk menguji tingkat validitas serta reliabilitas indikator. Peneliti menggunakan evaluasi inner model guna meninjau korelasi antarvariabel sekaligus melakukan uji hipotesis untuk membuktikan dampak tiap variabel terhadap kepuasan dan penerimaan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Data hasil kuesioner Variabel EUCS

Kode	Variabel EUCS	Skala Jawaban					Total
		S T	T S	N	S S	S S	

		S					
C1	<i>Content</i> (Konten)	20	8	61	10	17	362
C2		80	20	50	12	15	362
C3		49	11	52	12	16	362
A1	<i>Accuracy</i> (Akurasi)	18	26	80	12	14	362
A2		80	10	62	11	16	362
A3		35	17	72	10	16	362
F1	<i>Format</i> (Tampilan)	12	24	87	12	17	362
F2		12	8	46	16	13	362
F3		43	23	59	11	16	362
E1	<i>Ease of Use</i> (Kemudahan Penggunaan)	12	20	71	13	16	362
E2		46	16	44	15	13	362
E3		12	4	70	12	16	362
T1	<i>Timeline</i> (Ketepatan Waktu)	20	38	83	11	11	362
T2		15	34	57	13	10	362
T3		11	15	51	14	13	362
US1	<i>User Satisfaction</i> (Kepuasan)	19	8	58	13	14	362
US2		15	19	76	10	14	362

	<i>Pengguna</i>				9	3	
US3		0	15	73	12	14	362
US4		12	18	49	12	15	362
TOTAL		29	34	120	24	27	

Berikut data hasil kuesioner untuk variabel Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2).

Tabel 2. Data hasil kuesioner Variabel UTAUT2

Kode	Variabel UTAUT2	Skala Jawaban					Total
		S	T	N	S	SS	
PE1	<i>Performance</i>	20	15	48	13	14	362
PE2	<i>Expectancy</i>	10	12	57	12	15	362
PE3	(Manfaat)	1	23	72	11	15	362
E1	<i>Effort Expectancy</i> (Kemudahan)	12	24	52	14	13	362
E2		19	19	67	12	13	362
E3		8	6	51	13	16	362
SI1	<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	16	12	78	12	13	362
SI2		14	18	77	11	14	362
SI3		2	15	52	11	17	362
F1	<i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Pendukung)	13	28	80	10	13	362
F2		11	12	47	15	13	362
F3		6	19	49	10	18	362
H1	<i>Hedonic Motivation</i>	11	15	70	13	12	362

H M 2	(Motiva si Hedonis)	11	1 2	53	12 4	16 2	36 2
P V1	<i>Perceiv ed value</i>	8	1 7	46	14 0	15 1	36 2
P V2	(nilai yang dirasaka n)	9	1 7	62	13 8	13 6	36 2
P V3		8	1 9	43	12 4	16 8	36 2
H1	<i>Habit</i>	10	2 6	55	11 3	15 8	36 2
H2	(Kebias aan)	18	2 3	80	11 7	12 4	36 2
H3		9	1 2	46	13 3	16 2	36 2
BI 1	<i>Behavio ral</i>	16	7	73	10 2	16 4	36 2
BI 2	<i>Intentio n (Niat</i>	8	1 8	50	13 3	15 3	36 2
BI 3	Menggu nakan)	10	1 6	49	12 0	16 7	36 2
TOTAL		25 0	3 8 5	13 57	28 75	34 59	

Studi ini melibatkan 362 mahasiswa aktif Universitas Indo Global Mandiri sebagai responden penelitian. Seluruh peserta merupakan pengikut akun Instagram resmi milik kampus. Peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner, lalu menganalisisnya dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS SEM). Perangkat lunak SmartPLS mendukung seluruh proses pengolahan data tersebut. Tahapan analisis terdiri dari evaluasi outer model serta evaluasi inner model. Terakhir, peneliti melaksanakan pengujian hipotesis untuk menguji kebenaran teori secara empiris.

Peneliti menetapkan besaran sampel menggunakan Rumus Slovin berdasarkan populasi total mahasiswa aktif UIGM yang mencapai 3.763 orang. Penggunaan formula ini bertujuan mencapai ukuran sampel minimal dengan tingkat signifikansi kesalahan 5 persen yang tetap valid untuk analisis kuantitatif bermodel PLS-SEM.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dengan:

$N = 3763$ (jumlah populasi)

$e = 0,05$ (tingkat kesalahan 5%)

Perhitungan:

$$n = \frac{3763}{1+3763(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3763}{1+9,4}$$

$$n = \frac{3763}{10,4}$$

$$n = 361,5$$

Peneliti menetapkan kebutuhan sampel minimal sebanyak 362 responden melalui aplikasi Rumus Slovin dalam penelitian ini. Penentuan jumlah tersebut mempermudah seluruh tahapan pengolahan data, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 362 responden.

Nilai outer loading yang melampaui angka 0,70 menetapkan validitas sebuah indikator. Besaran nilai tersebut membuktikan bahwa indikator memiliki kekuatan besar dalam mencerminkan konstruk laten secara akurat. Selain itu, setiap variabel wajib memiliki nilai AVE di atas 0,50. Pencapaian angka ini menunjukkan kemampuan konstruk dalam menguraikan lebih dari 50 persen total variasi pada indikatornya [10].

Seluruh indikator mencatat skor outer loading antara 0,764 hingga 0,882 berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen. Nilai tersebut membuktikan bahwa indikator telah memenuhi kriteria validitas dan merepresentasikan konstruk penelitian secara tepat. Peneliti juga menemukan nilai AVE setiap variabel berada pada kisaran 0,633 hingga 0,705 atau melampaui batas minimum 0,50. Hasil ini mengonfirmasi validitas seluruh konstruk untuk digunakan dalam tahap pengujian selanjutnya.

	A	C	E	F	T	US
A1	0.779					
A2	0.819					
A3	0.790					
C1		0.879				
C2		0.805				
C3		0.796				
E1			0.810			
E2			0.846			
E3			0.825			
F1				0.851		
F2				0.882		
F3				0.784		
T1					0.809	
T2					0.841	
T3					0.825	
US1						0.817
US2						0.829
US3						0.772
US4						0.764

Gambar 3. Matrix Outer loading EUCS

	BI	EE	FC	H	HM	PE	PV	SI
BI1	0.847							
BI2	0.848							
BI3	0.763							
EE1		0.796						
EE2		0.866						
EE3		0.774						
FC1			0.818					
FC2			0.850					
FC3			0.796					
H1				0.781				
H2				0.835				
H3				0.793				
HM1					0.873			
HM2					0.905			
PE1						0.784		
PE2						0.872		
PE3						0.709		
PV1							0.736	
PV2							0.899	
PV3							0.767	
SI1								0.816
SI2								0.838
SI3								0.778

Gambar 4. Matrix Outeir Loading UTAUT2
Angka outer loading yang melampaui 0,70 mengukuhkan validitas setiap indikator pada variabel EUCS serta UTAUT2. Selain itu, seluruh konstruk menghasilkan nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas ambang batas 0,50. Capaian tersebut membuktikan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50 persen varians dari indikator penyusunnya. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas informasi pada Instagram Universitas Indo Global Mandiri telah memenuhi kriteria relevansi, akurasi data, kejelasan visual, kemudahan operasional, serta ketepatan distribusi konten.

Penelitian ini mengevaluasi tingkat reliabilitas melalui parameter Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Variabel

laten mencapai standar keandalan yang memadai apabila kedua nilai tersebut berada di atas angka 0,70.

Tabel 1. Hasil uji Reliabilitas

Variabel	CA	rho_A	rho_C	AVE
A	0.713	0.716	0.838	0.634
C	0.769	0.772	0.867	0.685
E	0.769	0.770	0.867	0.684
F	0.790	0.795	0.878	0.705
T	0.767	0.770	0.865	0.681
US	0.807	0.812	0.873	0.633

Tabel 2. Hasil uji Reliabilitas UTAUT2

Variabel	CA	rho_A	rho_C	AVE
BI	0.756	0.759	0.860	0.673
EE	0.745	0.767	0.854	0.661
FC	0.759	0.762	0.862	0.675
H	0.725	0.729	0.845	0.646
HM	0.736	0.746	0.883	0.790
PE	0.723	0.808	0.833	0.626
PV	0.730	0.797	0.845	0.646
SI	0.740	0.742	0.852	0.658

Berikutnya, temuan uji reliabilitas membuktikan bahwa seluruh variabel melampaui ambang batas 0,70 pada skor Cronbach's Alpha serta Composite Reliability, sehingga instrumen penelitian memenuhi kriteria keandalan secara valid. Variabel User Satisfaction mencatatkan angka tertinggi melalui raihan Cronbach's Alpha sebesar 0,807 dan Composite Reliability senilai 0,812, yang merefleksikan tingkat konsistensi internal yang sangat kuat. Analisis model struktural memanfaatkan nilai R-Square guna mengukur kapasitas model dalam memaparkan variabel dependen.

Tabel 3. Nilai R-Square Uji Instrumen

	R-square	R-square adjusted
US	0.782	0.779
BI	0.626	0.618

Data analisis mengungkap perolehan R-Square sejumlah 0,782 pada variabel Kepuasan Pengguna dan 0,626 untuk Niat Perilaku. Angka tersebut membuktikan bahwa model memiliki kekuatan prediksi pada kategori kuat hingga moderat. Berbagai

variabel dalam model ini mampu mendeskripsikan 78,2% variasi kepuasan pemakai serta 62,6% dinamika niat pemanfaatan Instagram sebagai sarana informasi kampus.

Peneliti melakukan pengujian hipotesis melalui teknik bootstrapping dengan mengamati besaran t-statistik dan p-value. Kriteria evaluasi menetapkan nilai T-statistics harus melebihi 1,96 dan P-value kurang dari 0,05. Kondisi ini memberikan konfirmasi bahwa penelitian menerima hipotesis atau terdapat pengaruh yang signifikan dalam model tersebut.

Tabel 4. Nilai Signifikan Pada Metode EUCS

	T statistics (O/STDEV)	P values	Analisis
A -> US	0.605	0.545	Tidak Signifikan
C -> US	4.261	0.000	Signifikan
E -> US	8.373	0.000	Signifikan
F -> US	1.230	0.219	Tidak Signifikan
T -> US	4.255	0.000	Signifikan

Temuan studi mengonfirmasi bahwa mayoritas variabel dalam model EUCS, yakni konten, akurasi, serta kemudahan penggunaan, memberikan dampak nyata terhadap kepuasan para pengguna.

Tabel 5. Nilai Signifikan Pada Metode UTAUT2

	T statistics (O/STDEV)	P values	Analisis
EE -> BI	0.549	0.583	Tidak Signifikan
FC -> BI	7.481	0.000	Signifikan
H -> BI	0.969	0.332	Tidak Signifikan
HM - > BI	0.262	0.793	Tidak Signifikan
PE -> BI	0.494	0.621	Tidak Signifikan
PV -> BI	0.466	0.641	Tidak Signifikan
SI - BI	5.577	0.000	Signifikan

Model UTAUT2 mengidentifikasi faktor kondisi fasilitas serta pengaruh sosial sebagai pendorong niat pemakaian Instagram. Data ini membuktikan kelompok mahasiswa memanfaatkan Instagram untuk mencari informasi karena nilai manfaatnya tinggi. Lingkungan sosial dan kebiasaan harian turut memperkuat motivasi mereka dalam mengakses platform tersebut.

PENUTUP

Riset ini menegaskan kesuksesan Universitas Indo Global Mandiri dalam mengelola akun Instagram sebagai media informasi kampus yang kredibel. Berdasarkan evaluasi model End-User Computing Satisfaction (EUCS), aspek kualitas pesan, kemudahan akses, serta ketepatan waktu menciptakan kepuasan bagi mahasiswa. Namun, variabel akurasi dan format tidak menunjukkan korelasi signifikan terhadap tingkat kepuasan. Mahasiswa memandang kedua aspek tersebut sebagai elemen dasar yang harus tersedia secara otomatis. Melalui sudut pandang Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2), dukungan lingkungan dan kesiapan fasilitas memacu minat penggunaan secara nyata. Faktor penelitian lain tidak memberikan dampak besar dalam konteks ini. Kini, mahasiswa telah menempatkan Instagram sebagai elemen penting dalam pola aktivitas harian mereka.

Meskipun indikator kepuasan dan penerimaan menunjukkan hasil baik, tim pengelola wajib terus meningkatkan strategi komunikasi digital. Pihak universitas harus mempertahankan kestabilan jadwal unggahan dan meningkatkan mutu konten kreatif secara berkelanjutan. Upaya strategis ini berfungsi untuk menjamin setiap informasi tetap selaras dengan kebutuhan dinamis mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Hermita, B. Hermana, S. Harmanto, A. Suhendra, dan M. Pasaribu, "Social Media Engagement and Student's Intention in Indonesian Higher Education Using Unified Theory of Acceptance and Use of

- Technology,” *MATRIK J. Manaj. Tek. Inform. Dan Rekayasa Komput.*, vol. 22, no. 3, hlm. 605–614, Jul 2023, doi: 10.30812/matrik.v22i3.3019.
- [2] R. L. B. Naufal Dhiya Ulhaq, “Analisis Model Unified Theory Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Untuk Keputusan Mengikuti Program MSIB Melalui Behavior Intention,” 30 Juni 2024, *Zenodo*. doi: 10.5281/ZENODO.12783428.
- [3] Y. Ratna Santika, “Instagram Utilization as User Generated Content in Promoting Local Culinary,” *J. Toursci*, vol. 1, no. 5, Apr 2024, doi: 10.62885/toursci.v1i5.252.
- [4] R. Yuniar dan D. F. Ningrum, “Dynamics of the Use of Digital Media as a Source of Information During Media Transition,” *J. Komun. Ikat. Sarj. Komun. Indones.*, vol. 7, no. 1, hlm. 30–42, Jun 2022, doi: 10.25008/jkiski.v7i1.648.
- [5] A. Padalia dan T. Natsir, “End-User Computing Satisfaction (EUCS) Model: Implementation of Learning Management System (LMS) on Students Satisfaction at Universities,” *Int. J. Environ. Eng. Educ.*, vol. 4, no. 3, hlm. 100–107, Des 2022, doi: 10.55151/ijeedu.v4i3.72.
- [6] Aldyan Fanindya Nugraha, Arista Pratama, dan Asif Faruqi, “Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Kai Access Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS),” *J. Publ. Sist. Inf. Dan Manaj. Bisnis*, vol. 3, no. 2, hlm. 31–41, Jan 2024, doi: 10.55606/jupsim.v3i2.2717.
- [7] N. Fauziah, S. Fadilla, A. R. Fahrizal, dan M. A. Haris, “Analisis Penerapan Model Utaut 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) terhadap Sistem Pembayaran QRIS pada Masyarakat Kota Kediri,” *Eklektik J. Pendidik. Ekon. Dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 2, hlm. 152, Des 2024, doi: 10.24014/ekl.v7i2.33595.
- [8] S. Aprilisa, S. Samsuryadi, dan S. Sukemi, “Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model UTAUT 2 dan EUCS Pada Sistem Informasi Akademik,” *J. MEDIA Inform. BUDIDARMA*, vol. 5, no. 3, hlm. 1124, Jul 2021, doi: 10.30865/mib.v5i3.3074.
- [9] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, M. Sarstedt, N. P. Danks, dan S. Ray, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. dalam *Classroom Companion: Business*. Cham: Springer International Publishing, 2021. doi: 10.1007/978-3-030-80519-7.
- [10] R. A. Sufi dan L. Suharti, “Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan TIK terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM dengan Faktor Demografi sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada UMKM Kuliner di Salatiga),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 10, no. 2, hlm. 107–120, Sep 2021, doi: 10.14710/jab.v10i2.39311.