

Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Netflix sebagai Media Hiburan dengan Metode *UX Honeycomb*

Analysis of User Satisfaction with the Netflix Application as an Entertainment Medium using the UX Honeycomb Method

¹Yasinta Oktaviola*, ²Christ Rudianto

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

^{1,2}Jl. Dr. O Notohamidjojo, Blotongan, Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah Indonesia

e-mail: 682020068@student.uksw.edu*, chris.rudianto@uksw.edu

(*received*: 8 August 2024, *revised*: 12 August 2024, *accepted*: 16 August 2024)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna Aplikasi Netflix dengan menggunakan Metode User Experience (UX) Honeycomb. Metode UX Honeycomb digunakan untuk mengevaluasi berbagai aspek pengalaman pengguna, seperti kegunaan (usability), nilai estetika, keberlanjutan, aksesibilitas, kepuasan, dan keberagaman. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui survei online dan wawancara dengan pengguna aktif Netflix. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik dan interpretasi kualitatif. Metode UX Honeycomb digunakan untuk memahami aspek-aspek penting dalam pengalaman pengguna aplikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan streaming lainnya untuk meningkatkan kualitas layanan mereka dan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Selain itu, kontribusi metodologi UX Honeycomb dalam penilaian kepuasan pengguna dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dalam konteks aplikasi media hiburan digital.

Kata kunci: UX honeycomb, user experience (UX), usability, netflix

Abstract

This research was conducted to analyze user satisfaction with the Netflix application using the UX Honeycomb method. The UX Honeycomb method is used to evaluate various aspects of user experience, such as usability, aesthetic value, sustainability, accessibility, satisfaction, and diversity. This study involved data collection through online surveys and interviews with active Netflix users. Data analysis was conducted using statistical techniques and qualitative interpretation. The UX Honeycomb method was employed to understand the essential aspects of user experience within the application. The results of this study are expected to provide valuable insights for other streaming service providers to enhance their service quality and create a better user experience. Additionally, the contribution of the UX Honeycomb methodology in assessing user satisfaction can serve as a foundation for further research in the context of digital entertainment applications.

Keywords: UX honeycomb, user experience (UX), usability, netflix

1 Pendahuluan

Dalam era digital ini, industri hiburan mengalami transformasi besar-besaran dengan adopsi teknologi informasi. Salah satu platform yang menonjol dalam menyediakan konten hiburan adalah Netflix. Netflix merupakan perusahaan yang menawarkan layanan untuk menonton film dan acara televisi melalui internet. Netflix pertama kali diciptakan pada tahun 1997 oleh Reed Hasting dan March Randolph di California [1]. Awalnya, Netflix berfokus pada penyewaan DVD melalui pos, yang kemudian berkembang menjadi model bisnis berlangganan daring [2]. Pada tahun 2007, Netflix mulai meluncurkan layanan *streaming* daringnya yang memungkinkan pelanggan untuk menonton konten secara langsung melalui internet. Ini merupakan langkah penting dalam transformasi perusahaan untuk menjadi pemimpin utama dalam industri hiburan daring [3]. Seiring berjalannya waktu, Netflix telah mengembangkan konten asli atau eksklusif, seperti serial televisi,

film, dan dokumenter yang dikenal sebagai "*Netflix Originals*". Selain meraih banyak penghargaan, produksi ini menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat pelanggan Netflix.

Netflix menawarkan sebuah layanan untuk berlangganan yang memungkinkan pengguna dapat menikmati film dan acara televisi tanpa gangguan iklan di berbagai perangkat yang terhubung dengan internet[4]. Dengan kata lain, platform ini memudahkan pengguna untuk dapat menonton program favorit mereka menggunakan *smartphone*, laptop, hingga tablet, kapan saja dan di mana saja. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi Netflix guna memahami sejauh mana pengguna merasakan kualitas layanan dan fitur yang disediakan. Keberhasilan sebuah aplikasi dapat dilihat dari *feedback* yang diberikan oleh pengguna aplikasi tersebut. Rumusan masalah penelitian ini mencakup bagaimana Netflix memenuhi kebutuhan dan harapan para pengguna serta strategi untuk meningkatkan kepuasan pengguna melalui pengalaman pengguna yang lebih baik. Melalui analisis ini, diharapkan didapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaiman target penggunanya dapat menerima produk ini. Tujuh diagram UX Honeycomb akan menyoroti beberapa aspek pengalaman pengguna yang tidak hanya terbatas pada *usability*.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menilai kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Netflix dengan menggunakan tujuh elemen UX Honeycomb. Analisis dalam penelitian ini dapat menunjukkan sejauh mana aplikasi memenuhi kebutuhan mereka dan bagaimana aplikasi tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Dalam mengidentifikasi adanya kekurangan dalam sistem, perlu dilakukan evaluasi pengalaman pengguna yang dapat membantu seorang *developer* untuk memperbaiki sistem sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Metode analisis yang akan digunakan yaitu Metode *User Experience* (UX) Honeycomb. Metode ini memfasilitasi analisis mendalam terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna, seperti konten yang berkualitas, estetika, dan kemudahan aksesibilitas [5]. UX Honeycomb adalah kerangka kerja yang komprehensif dalam memahami aspek-aspek penting dalam merancang pengalaman pengguna [6]. Indikator dalam UX Honeycomb dapat dikelompokkan menjadi tiga variabel berdasarkan area dampaknya [7]. Ketiga variabel tersebut adalah *Use* (*Findable, Accessible, Usable*), *Feel* (*Desirable, Credible*), dan *Think* (*Useful, Valuable, Credible*).

2 Tinjauan Literatur

Studi ini akan mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas. Penelitian pertama mengenai "Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan UX Honeycomb" menemukan bahwa aspek *accessible*, yang mencerminkan kemudahan akses aplikasi, mendapat penilaian tertinggi. Sebaliknya, indikator *valuable*, seperti notifikasi pembaruan dan informasi terbaru, mendapatkan penilaian terendah. Pengguna menunjukkan ekspektasi tinggi terhadap layanan aplikasi, namun merasa kurang puas dengan respon layanan pelanggan [8]. Pendukung temuan ini dapat dilihat pada hasil Uji-T yang menunjukkan bahwa UX memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menekankan pentingnya melakukan perbaikan pada aspek-aspek yang memengaruhi pengalaman pengguna untuk meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan.

Penelitian kedua, "*Factors Affecting the Peduli Lindungi User Experience Based on UX Honeycomb*," menunjukkan bahwa hipotesis H1, H2, dan H3 terbukti berdasarkan hasil pengujian [9]. Variabel *Use*, *Feel*, dan *Think* secara langsung mempengaruhi *User Experience*, terutama pada kategori-kategori seperti *Usability, Content, Pleasure, Classic Aesthetics, Expressive Aesthetics, dan Perceived Usability* dalam penggunaan aplikasi Peduli Lindungi. Analisis model menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel *Think* dan *User Experience*, yang menjadi dasar utama dalam.

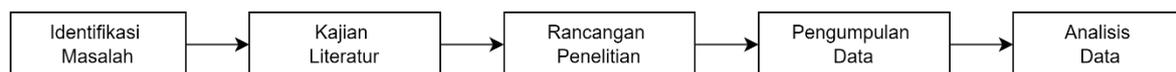
Penelitian ketiga tentang "Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi *E-Commerce Tapp Market* Menggunakan Parameter UX Honeycomb" mengevaluasi berbagai aspek UX dalam konteks Aplikasi *E-commerce Tapp Market* [10]. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek *Credible, Valuable, Useful, dan Usable* mendapatkan penilaian baik. Studi ini mengidentifikasi adanya indikator spesifik yang perlu untuk dipertahankan dan diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dari Aplikasi *Tapp Market* berdasarkan prinsip-prinsip UX Honeycomb.

Ketiga penelitian sebelumnya (Gojek, Peduli Lindungi, dan *Tapp Market*) memiliki fokus yang berbeda-beda dalam elemen yang ditekankan. Gojek menekankan pada kemudahan akses dan responsivitas pelayanan pelanggan, Peduli Lindungi mengutamakan efektivitas informasi kesehatan dan fitur pelacakan, sementara *Tapp Market* fokus pada kemudahan berbelanja *online*. Di sisi lain, penelitian tentang Netflix lebih menitikberatkan pada kualitas dan keragaman konten, kemudahan akses menonton film dan serial, serta kenyamanan penggunaan sebagai platform hiburan. Hal ini akan menunjukkan bahwa meskipun menggunakan kerangka kerja yang serupa, terdapat fokus dan faktor yang bervariasi untuk memengaruhi kepuasan pengguna, tergantung pada jenis dan tujuan dari aplikasi yang sedang dianalisis.

Berdasarkan review di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek User Experience (UX) yang mempengaruhi kepuasan pengguna bervariasi tergantung pada konteks aplikasi yang digunakan. Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses dan nilai tambah adalah faktor kunci dalam aplikasi layanan seperti Gojek, sedangkan pemikiran kritis dan perencanaan desain sangat penting dalam aplikasi kesehatan seperti Peduli Lindungi. Di sisi lain, keandalan dan kegunaan memainkan peran utama dalam aplikasi e-commerce seperti *Tapp Market*. Temuan ini menekankan pentingnya penyesuaian dan perbaikan berkelanjutan dalam UX untuk memenuhi harapan pengguna dan meningkatkan kepuasan mereka.

3 Metode Penelitian

Penelitian ini mengikuti serangkaian tahapan yang terstruktur untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara penggunaan, pengalaman pengguna, dan pemikiran terhadap kepuasan pengguna aplikasi Netflix. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif [11],



Gambar 1. Kerangka berpikir

3.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah, merupakan langkah pertama dalam pendekatan kuantitatif. Dimulai dengan mengidentifikasi masalah penelitian secara spesifik agar dapat merumuskan hipotesis yang dapat diuji secara empiris.

3.2 Kajian Literatur

Melakukan studi literatur yang relevan dengan penelitian yang dilakukan serta menganalisisnya. Ini dapat membantu dalam merancang kerangka konseptual dan menentukan variabel-variabel yang akan diteliti.

3.3 Rancangan penelitian

Menentukan rancangan penelitian yang sesuai, seperti survei, eksperimen, atau studi korelasional. Desain ini mencakup pemilihan sampel, metode pengumpulan data, dan prosedur analisis data.

3.4 Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, seperti kuesioner, tes, atau alat ukur lainnya. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pengalaman saat menggunakan Aplikasi Netflix. Teknik pengambilan data pengguna Netflix yang akan digunakan adalah *simple*.

3.5 Analisis Data

Untuk tahap analisis data berikut ini menggunakan pengujian dengan SPSS. SPSS menyediakan berbagai fitur untuk analisis statistik deskriptif, inferensial, regresi, analisis faktor, dan banyak lagi, memungkinkan pengguna untuk memproses dan menganalisis data secara efisien dan

akurat [12]. Untuk pengujian pada penelitian kali ini, menggunakan versi SPSS 26. SPSS 26 ini dapat menjalankan berbagai analisis statistik dengan mudah dan efisien, mulai dari analisis deskriptif hingga analisis inferensial yang kompleks. Selain itu, SPSS 26 juga memfasilitasi analisis statistik inferensial untuk menguji hipotesis penelitian. Misalnya, uji-T digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara dua kelompok, sementara uji-F digunakan untuk membandingkan varians antar kelompok dalam analisis variansi (ANOVA) atau dalam konteks regresi [13]. Kami juga menggunakan R-squared (R^2) untuk mengukur sejauh mana model regresi sesuai dengan data yang diamati, menunjukkan persentase variansi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi klasik, kami melakukan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas [14]. SPSS 26 menyediakan berbagai alat untuk melakukan pengujian ini. Uji normalitas dilakukan dengan grafik normal probability plot, sedangkan uji multikolinearitas menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance untuk mendeteksi hubungan linier yang kuat antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas, seperti uji Breusch-Pagan, digunakan untuk memeriksa kesamaan varians residual dalam model regresi.

4 Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang meliputi deskripsi data, uji validitas dan reliabilitas, serta analisis regresi linear berganda. Deskripsi data memberikan gambaran karakteristik dasar dataset, sedangkan hasil uji validitas dan reliabilitas memastikan instrumen pengukuran akurat dan konsisten. Analisis regresi linear berganda menunjukkan kontribusi signifikan masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pengguna, dengan *Think* memberikan pengaruh terbesar. Uji statistik inferensial (Uji-T dan Uji-F) mengonfirmasi bahwa semua variabel independen mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan, sementara uji koefisien determinasi (R) menilai efektivitas model regresi. Analisis asumsi klasik memastikan model regresi bebas dari masalah umum. Pembahasan selanjutnya akan mengeksplorasi implikasi hasil ini dan bagaimana variabel dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Dekripsi Data

Deskripsi data adalah tahap awal dalam analisis data yang bertujuan untuk memahami karakteristik dasar dari dataset. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran umum tentang data, termasuk distribusi, pola, dan sifat-sifat lainnya. Hasil deskripsi statistik dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Descriptive statistics

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Use	97	16	30	24.70	2.735
Feel	97	18	67	24.59	5.208
Think	97	14	30	23.68	3.299
Kepuasan Pengguna	97	19	35	27.81	3.877
Valid N (Listwise)	97				

Berdasarkan deskripsi statistik untuk 97 responden didapatkan pemahaman mendalam mengenai karakteristik data yang diamati. Berikut adalahmendapatkan pemahaman mendalam tentang karakteristik data yang diamati. Berikut adalah penjabarannya:

- Rata-rata penggunaan layanan (*Use*) sebesar 24,70 menunjukkan mayoritas responden menggunakan layanan dengan konsistensi tinggidengan nilai antara 16 dan 30.
- Variabel perasaan (*Feel*) memiliki rata-rata 24,59 dengan standar deviasi tertinggi, menunjukkan variasi besar dalam persepsi responden terhadap layanan dengan nilai antara 18 dan 67.
- Variabel pemikiran (*Think*) memiliki rata-rata 23,68 menunjukkan kecenderungan responden dalam memproses informasi layanan dan standar deviasi 3,299 yang menunjukkan variasi moderat.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas mengukur seberapa baik instrumen pengukuran (misalnya kuesioner atau tes) mengukur konsep yang dimaksudkan. Uji reliabilitas mengevaluasi konsistensi atau keandalan instrumen pengukuran, memastikan hasil yang diperoleh tetap konsisten meskipun digunakan dalam situasi berbeda atau oleh peneliti berbeda [15].

a. Tabel Uji Validitas

Tabel 2 di bawah ini menunjukkan hasil dari uji validitas.

Tabel 2. Uji validitas

Nama Variabel	Item Pertanyaan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Use	1	0,655	0,202	Valid
	2	0,515	0,202	Valid
	3	0,599	0,202	Valid
	4	0,630	0,202	Valid
	5	0,660	0,202	Valid
	6	0,570	0,202	Valid
Feel	1	0,612	0,202	Valid
	2	0,609	0,202	Valid
	3	0,664	0,202	Valid
	4	0,768	0,202	Valid
	5	0,765	0,202	Valid
	6	0,683	0,202	Valid
Think	1	0,605	0,202	Valid
	2	0,767	0,202	Valid
	3	0,732	0,202	Valid
	4	0,700	0,202	Valid
	5	0,614	0,202	Valid
	6	0,471	0,202	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	1	0,642	0,202	Valid
	2	0,705	0,202	Valid
	3	0,667	0,202	Valid
	4	0,626	0,202	Valid
	5	0,702	0,202	Valid
	6	0,854	0,202	Valid
	7	0,752	0,202	Valid

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai R-Hitung untuk semua variable $>$ R-Tabel, yaitu 0,202 maka variable-variable tersebut dianggap *valid*.

b. Tabel Uji Reliabilitas

Tabel 3 berikut ini menampilkan hasil dari uji reliabilitas.

Tabel 3. Uji reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Use	0,739	Reliabel
Feel	0,771	Reliabel
Think	0,761	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,774	Reliabel

Berdasarkan tabel 3 di atas, Cronbach's Alpha untuk semua variabel $>$ nilai batas, yaitu 0,60. Oleh karena itu, variabel-variabel tersebut dapat dianggap reliabel.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda melibatkan beberapa elemen kunci, termasuk pengujian T, pengujian F, dan pengujian R (*Coefficient of Multiple Determination R-squared*). Hasil dari uji regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Uji regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.210	3.024		1.392	.167
	Use (X1)	.368	.128	.260	2.882	.005
	Feel (X2)	.129	.063	.173	2.057	.042
	Think (X3)	.479	.104	.407	4.611	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = 4.210 + 0,368X1 + 0,129X2 + 0,479X3$$

Berikut ini adalah penjelasan singkat dari hasil uji regresi linear berganda:

- Dominasi X3: Variabel X3 memiliki pengaruh terbesar pada Y, ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam X3 akan lebih signifikan meningkat dibandingkan X1 dan X2.
- Pengaruh X1 dan X2: X1 memiliki pengaruh sedang terhadap Y, sedangkan X2 memiliki pengaruh yang paling kecil.
- Kontribusi Bersama: semua variabel (X1, X2, X3) secara positif berkontribusi pada peningkatan Y, tetapi dengan tingkat pengaruh berbeda-beda.

Analisis Statistik Inferensial

Statistika inferensial digunakan untuk menyimpulkan mengenai seluruh populasi berdasarkan informasi yang diperoleh dari sampel yang diambil. Metode ini diterapkan di berbagai bidang seperti ilmu sosial, ekonomi, dan kedokteran untuk membuat generalisasi dan kesimpulan yang berlaku untuk populasi berdasarkan data yang dikumpulkan dari sampel terbatas [16].

a) Hasil Uji Parsial (Uji-T)

Hasil dari Uji-T tersedia dalam Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Uji-T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.210	3.024		1.392	.167
	Use (X1)	.368	.128	.260	2.882	.005
	Feel (X2)	.129	.063	.173	2.057	.042
	Think (X3)	.479	.104	.407	4.611	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan table uji T tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- Koefisien X1 secara signifikan berpengaruh terhadap Y pada tingkat kepercayaan 95 persen

(karena Sig. < 0.05). Artinya, peningkatan satu unit dalam X1 (Variabel *Use*) akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0.368 unit. Pengaruhnya positif dan signifikan, sehingga hipotesis nol bahwa koefisien X1 sama dengan nol dapat ditolak.

b. Koefisien X2 juga secara signifikan berpengaruh terhadap Y pada tingkat kepercayaan 95 persen (karena Sig. < 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit dalam X2 (Variabel *Feel*) akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0.129 unit. Meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan X1 dan X3, koefisien X2 tetap signifikan secara statistik.

c. Koefisien X3 signifikan secara statistik terhadap Y pada tingkat kepercayaan 95 persen (karena Sig. < 0.05). Ini berarti peningkatan satu unit dalam X3 (Variabel *Think*) akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0.479 unit. Hasil ini menunjukkan bahwa X3 adalah prediktor yang paling kuat di antara variabel lain dalam model ini.

b) Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Hasil dari analisis Uji-F tersedia dalam Tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Uji-F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607.112	3	202.371	22.525	.000 ^b
	Residual	835.548	93	8.984		
	Total	1442.660	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Think, Feel, Use

Berdasarkan Tabel 6 di atas, terlihat bahwa nilai Fhitung adalah 22,525 yang melebihi nilai Ftabel yaitu sebesar 2,70. Selain itu, hasil output yang diberikan, nilai signifikansi untuk berpengaruh bersama-sama dari X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah 0,000, lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, yang mengindikasikan bahwa pengaruh kombinasi X1, X2, dan X3 terhadap Y secara signifikan.

c) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Tabel 7 berikut ini merupakan hasil dari Uji-R.

Tabel 7. Uji-R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.402	2.997

a. Predictors: (Constant), Think, Feel, Use

Berikut adalah penjelasan dari tabel uji koefisien determinasi R di atas.

1. Terdapat korelasi positif yang moderat antara variabel independen (*Use*, *Feel*, *Think*) dan variabel dependen (kepuasan pengguna), dengan koefisien korelasi sebesar 0,649.

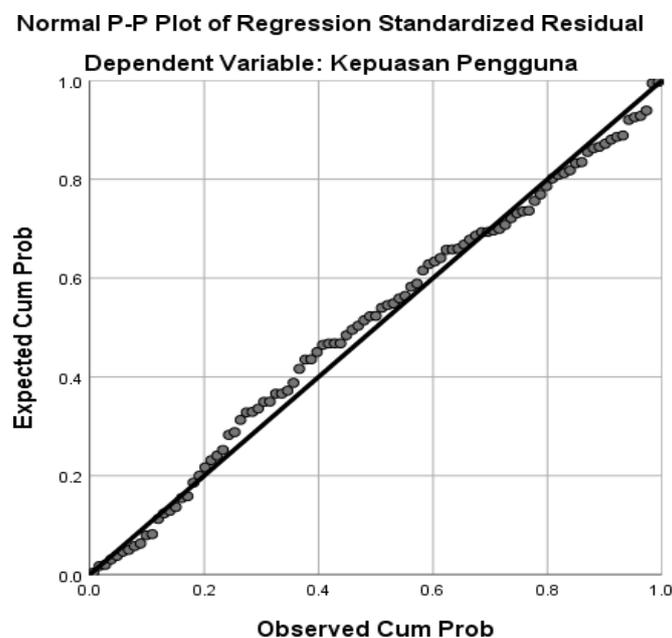
2. Model regresi ini mampu menjelaskan sekitar 42,1 persen variasi dalam Kepuasan Pengguna, menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan efektif dalam mempengaruhi perubahan dalam Kepuasan Pengguna.

Dengan standar kesalahan estimasi sebesar 2,997, model ini memiliki tingkat prediksi yang moderat. Adjust R Square yang sedikit lebih rendah dari R Square menunjukkan bahwa model ini efisien dan tepat dalam menjelaskan data yang ada tanpa mengalami *overfitting*.

Analisis Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Grafik uji normalitas

Gambar 2 menunjukkan bahwa data tersebut secara merata di sekitar garis diagonal dan tidak melebihi garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data memiliki distribusi yang mendekati normal, sehingga model regresi dapat digunakan dengan validitas yang baik.

b) Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Uji multikolinearitas

Coefficients							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	4,210	3,024		1,392	0,167		
1 Use	0,368	0,128	0,260	2,882	0,005	0,766	1,306
Feel	0,129	0,063	0,173	2,057	0,042	0,877	1,140
Think	0,479	0,104	0,407	4,611	0,000	0,798	1,254

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan table 8 di atas, nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam data.

c) Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.173	1.877		2.223	.029
Use	-.001	.079	-.001	-.007	.994
Feel	-.026	.039	-.074	-.676	.501
Think	-.052	.064	-.092	-.802	.425

a. Dependent Variable: RES2

Karena dari uji heteroskedastisitas didapat hasil signifikan seluruh variabel > 0.05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

5 Kesimpulan

Analisis data ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara penggunaan (*Use*), pengalaman pengguna (*Feel*), dan pemikiran (*Think*) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Netflix. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dengan penggunaan memiliki dampak yang paling signifikan, diikuti oleh pemikiran dan pengalaman pengguna. Analisis uji F menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, dengan variabel yang digunakan secara bersama-sama menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam kepuasan pengguna. Hasil uji untuk normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan valid dan sesuai untuk analisis data tersebut.

Referensi

- [1] M. Alberto, J. Martins, and A. U. Experience, "The Effect of User Experience on Customer Satisfaction on Netflix Streaming Services in Indonesia," vol. 5, no. 7, pp. 573–577, 2020.
- [2] D. K. de Zilwa, "Netflix: rise, fall and recovery," 2023, [Online]. Available: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBS-08-2023-0177/full/html>
- [3] P. S. Sitanggang, "Strategi Pemasaran Global terhadap Netflix," vol. 1, no. 9, pp. 3026–3035, 2022.
- [4] A. P. M. Muhammad Irfan Djamzuri, "Fenomena Netflix Platform Premium Video Streaming Membangun Kesadaran Cyber Etik Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi," vol. 6, no. 1, pp. 2247–2254, 2022.
- [5] R. F. Meuthia and F. Gustati, "Analisis User Experience Pada Aplikasi E-Kelurahan Menggunakan Model UX Honeycomb," vol. 14, no. 2, pp. 342–351, 2021.
- [6] P. Morville and P. Sullenger, "Ambient Findability: Libraries, Serials, and the Internet of Things Ambient Findability: Libraries, Serials," vol. 1095, 2010, doi: 10.1080/03615261003622999.
- [7] D. Dalli, "The UX Lenses," 2020, 2020. [Online]. Available: <https://damiendalli.com/ux-lenses/>

- [8] A. T. Budiarti, F. Wahyudi, and N. Ratnasari, "Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan UX Honeycomb," vol. 1, no. 2, pp. 104–111, 2022, doi: 10.33379/jusifor.v1i2.1634.
- [9] A. J. Kusuma, P. Sudarmaningtyas, and A. Supriyanto, "Factors Affecting the PeduliLindungi User Experience Based on UX Honeycomb," *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 6, no. 3, pp. 491–498, 2022, doi: 10.29207/resti.v6i3.4131.
- [10] P. Suseta, R. I. Rokhmawati, and K. C. Brata, "Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi E-Commerce Tapp Market Menggunakan Parameter UX Honeycomb," 2019. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [11] M. P. Dr. Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=lQ4IEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=XOxZivEZIK&dq=pendekatan kuantitatif&lr&hl=id&pg=PA22#v=onepage&q=pendekatan kuantitatif&f=false>
- [12] D. D. Arifin Samsul, "Studi tentang Pengalaman Kerja, Komitmen Kerja, Dukungan Organisasi, dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan," vol. 06, no. 01, pp. 33–43, 2022.
- [13] T. F. S. S. Endra, "Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan Dazzel Yogyakarta," vol. 14, no. 2, pp. 50–61, 2021.
- [14] N. Y. Aditiya, E. S. Evani, and S. Maghfiroh, "Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda," vol. 2, no. 2, pp. 102–110, 2023.
- [15] C. Tanaka, R. Ginting, N. Wijaya, and W. Kokman, "Uji Validitas dan Reliabilitas Hasil Survei Perancangan Produk Sinar Infrared Multi-Fungsi TALENTA Conference," vol. 5, no. 2, 2022, doi: 10.32734/ee.v5i2.1631.
- [16] B. Mardhotillah, R. Asyhar, E. Elisa, and U. P. Ganesha, "Multi Proximity : Jurnal Statistika Universitas Jambi Filosofi Keilmuan Statistika Terapan pada Era Smart Society 5 . 0," vol. 1, no. 2, pp. 57–70, 2022.