

ABSTRAK

Pengguna internet dari waktu ke waktu terus meningkat, seiring dengan bertambahnya ponsel, tablet dan komputer jinjing di seluruh dunia. Selain itu menjamurnya media sosial menjadi pendorong meledaknya pengguna internet di seluruh dunia. Path adalah jejaring sosial pribadi dimana Anda dapat menampilkan aktifitas Anda dengan teman-teman dekat dan keluarga . Dengan berfokus pada desain yang indah dan responsif, Path dijadikan tempat untuk menjadi diri sendiri dan berbagi momen didalam kehidupan Anda dengan keluarga atau teman-teman dekat Anda. Aplikasi ini juga mendapatkan penghasilan yang tinggi walaupun tidak ada iklan. Path berhasil membuat banyak pengguna perangkat *Android* dan *ios* jatuh hati. Hal ini dibuktikan dengan pengguna Path yang bertambah satu juta orang setiap minggunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial Path di Kota Bandung pada tahun 2014.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan jenis penelitian ini memfokuskan pada analisis pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial Path di Kota Bandung pada tahun 2014. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis linier regresi sederhana. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung yang memiliki dan menggunakan akun Path. Sampel pada penelitian ini sebanyak 385 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *User Experience* termasuk dalam kategori sangat puas dengan persentase sebesar 85,4% sedangkan Kepuasan Pengguna termasuk dalam kategori puas dengan persentase sebesar 79%. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi sederhana, didapat persamaan

$Y = 1,562 + 0,705X$ dan dari hasil pengujian analisis korelasi bivariat menghasilkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,586 yang berarti terdapat hubungan yang cukup antara *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial Path di kota Bandung pada tahun 2014.

Dari hasil penelitian, karakteristik pengguna jejaring sosial Path di kota Bandung pada tahun 2014 sebagian besar adalah wanita sebesar 69,9% dengan usia rata-rata 18-24 tahun sebesar 53,8% yang berasal dari kalangan mahasiswa sebesar 47,5. Hasil Penelitian menunjukkan terdapat adanya pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial Path di Kota Bandung pada tahun 2014 sebesar 45,7% dan sebesar 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci: *user experience*, kepuasan pengguna

ABSTRACT

Internet users from time to time continue to increase, along with increasing cell phones, tablets and laptops throughout the world. In addition, the proliferation of social media to drive the explosion of Internet users around the world. Path is a private social media where you can show your activities with your close friends and families. Focusing on beautiful and responsive design, Path became a place to be yourself and share your life moments with your families and your close friends. This application could earn a lot of revenue even though there is not any commercial available on them. Path succeeds to make a lot of user on Androids and iOS fall for them. Proved by addition of Path user around 1 million each weeks. This research aims to find out the influence of user experience related to Path user satisfaction in the city of Bandung on 2014.

This research using quantitative research methods and focusing on analysis the influence of user experience related to Path user satisfaction in the city of Bandung on 2014. On this research, the data analysis is using simple linear regression analysis technique. Population that used on this research was citizen of Bandung who have and use Path account. Amount of samples on this research is 385 respondents and technic that used is non-probability technic with purposive sampling approach.

Based on the results of the study demonstrate that the User Experience included in the category are very satisfied with the percentage of 85.4%, while in the category User Satisfaction satisfied with a percentage of 79%. Based on a simple regression analysis of the test results, obtained equation

$Y = 1.562 + 0,705X$ and test results of bivariate correlation analysis resulted in a correlation coefficient (r) of 0.586 which means that there is a relationship between the user enough experience of the user satisfaction of social networking Path in the city in 2014.

From the research, the characteristics of users of social networking Path in the city in 2014, the majority of 69.9% were female with an average age of 18-24 years at 53.8% from 47.5 among the students. Results revealed that there is the influence of user experience on a social networking user satisfaction Path in Bandung in 2014 by 45.7% and 54.3% influenced by other factors not examined by researchers.

Key words: user experience, user satisfaction