

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Dan Kemudahan Akses Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Platform Weverse (Studi Pada Komunitas Digital Fans K-Pop)

Miftahul Syalzidah *
M. Ridwan Basalamah **)
Mohammad Rizal *)**

Email : miftasylzdhh@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Accessibility on Weverse users' continuous commitment, with satisfaction serving as a mediating variable. Using the Theory of Reasoned Action as the conceptual foundation, this study employed a quantitative approach with an explanatory design, involving 105 active Weverse users from the Malang City region, selected through purposive sampling. Data were collected using electronic questionnaires with Likert scales and analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS version 4.0 software. The measurement model evaluation verified that all indicators met the convergent validity criteria, with factor loadings between 0.785 and 0.908, and Average Variance Extracted values above the 0.50 threshold, along with strong internal consistency reliability as indicated by Composite Reliability and Cronbach's Alpha exceeding 0.70. The empirical results show that platform accessibility has a significant impact on user satisfaction (T-statistic = 3.652; P-value = 0.000) and commitment (T-statistic = 3.578; P-value = 0.000). Contrary to the initial hypothesis, system infrastructure quality did not show a significant influence on satisfaction (P-value = 0.077) or loyalty (P-value = 0.449). Furthermore, satisfaction did not mediate the relationship between these predictors and loyalty. The coefficient of determination reveals that the independent variables explain 20.4% of the variance in satisfaction and 23.8% in user loyalty. Overall, these findings emphasize that operational flexibility and user-friendly features of the platform are primary drivers of loyalty in K-Pop fan digital communities, while concerns about data security and system reliability remain significant barriers in building user loyalty.

Keywords: *Ease Of Access, User Satisfaction, User Loyalty*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi *digital* telah mendefinisikan ulang dinamika interaksi manusia dengan saluran informasi, berkembang dari penerimaan pasif menjadi keterlibatan aktif dalam pembuatan dan penyebaran konten. Perubahan ini telah mendorong terciptanya *platform* komunitas daring yang memungkinkan individu untuk terlibat, berkomunikasi, dan membangun rasa keterikatan dengan kelompok atau tokoh terkemuka, khususnya di bidang hiburan. *Weverse*, sebuah *platform* komunitas internasional yang dirancang oleh HYBE Corporation, telah digunakan oleh lebih dari 80 juta orang dari 245 negara (Bollmer & Tillerson, 2025), menunjukkan partisipasi yang kuat sambil menimbulkan rasa ingin tahu tentang pendorong dedikasi pengguna yang berkelanjutan di lingkungan yang penuh dengan layanan serupa. Penelitian oleh Yum dan Yoo (2023) menekankan fungsi penting kualitas layanan *digital* yang unggul dalam membentuk kepuasan dan keteguhan pengguna, dengan menyatakan bahwa layanan yang tangguh, mudah dijangkau, dan memenuhi ekspektasi secara nyata meningkatkan peluang kesetiaan pengguna yang bertahan lama. Kualitas sistem informasi meliputi aspek seperti kepercayaan, pengambilan cepat, navigasi lancar, dan estetika antarmuka yang halus,

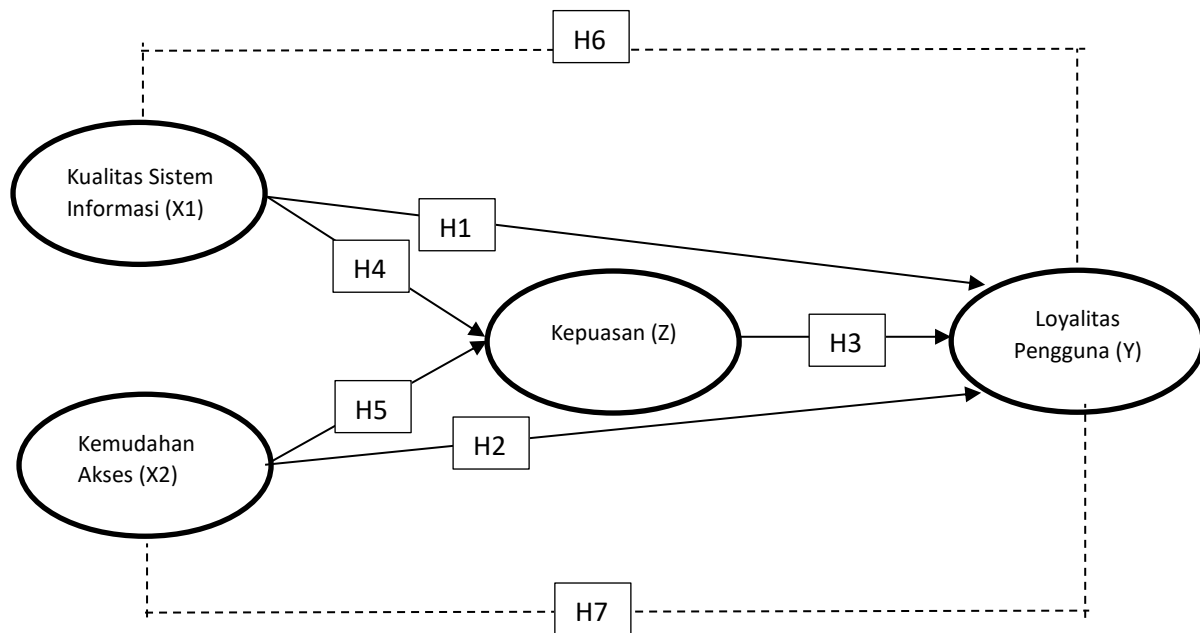
semuanya mendorong pengalaman yang memperkaya yang meningkatkan kepuasan dan dedikasi (Cahyadi & Shihab, 2022).

Selain itu, aksesibilitas muncul sebagai elemen penting, karena *platform* yang lebih intuitif untuk dioperasikan secara alami mendorong pengguna menuju keterlibatan berkelanjutan (Ismi & Abdilla, 2023). Kepuasan berfungsi sebagai perantara utama dalam hubungan antara kualitas sistem dan loyalitas pengguna, pandangan yang didukung oleh Amerta dan Warmika (2023), yang berpendapat bahwa kepuasan secara nyata memediasi dampak kualitas layanan terhadap loyalitas. Meskipun demikian, literatur akademik mengungkapkan kekurangan pemahaman tentang efek bersama kualitas sistem informasi dan aksesibilitas pada loyalitas, dengan kepuasan sebagai faktor intervensi, terutama di ranah kolektif daring untuk penggemar K-Pop. Berdasarkan pertimbangan ini, pertanyaan penelitian yang digariskan meliputi: Apakah kualitas sistem informasi memberikan pengaruh bermakna pada loyalitas pengguna? Apakah aksesibilitas secara signifikan membentuk loyalitas pengguna? Apakah kepuasan secara nyata memengaruhi loyalitas pengguna? Apakah kualitas sistem informasi secara substansial berdampak pada kepuasan? Apakah aksesibilitas secara nyata memengaruhi kepuasan? Apakah kepuasan memediasi efek kualitas sistem informasi pada loyalitas pengguna? Dan apakah kepuasan memediasi hubungan antara aksesibilitas dan loyalitas pengguna di *platform Weverse*? Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meneliti dinamika ini secara empiris, sehingga memperkaya wacana teoretis dalam sistem informasi dan memberikan panduan praktis bagi pengelola *platform digital* untuk meningkatkan retensi pengguna.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Landasan Teori

Kajian ini mengadopsi *Theory of Reasoned Action* (TRA) hasil formulasi Fishbein & Ajzen sebagai fondasi konseptual primer. Kerangka teoretis ini mengargumentasikan bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh intensi perilaku (*behavioral intention*), yang terkonstruksi melalui evaluasi sikap terhadap perilaku tersebut serta persepsi norma subjektif yang berlaku. Mengacu pada konteks ekosistem *digital* semacam *Weverse*, para pengguna yang mengembangkan apresiasi positif terhadap mutu infrastruktur sistem serta aksesibilitas *platform* cenderung membangun orientasi sikap yang favorable, yang selanjutnya mengakselerasi tingkat satisfaksi, dan pada akhirnya mengkristalkan intensi maupun manifestasi perilaku loyal terhadap *platform*. Kualitas sistem informasi merupakan ukuran sejauh mana sistem informasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna melalui kinerja yang akurat, handal, mudah digunakan, dan relevan dengan tujuan organisasi (Ramadhanti & Luqman, 2024). Kemudahan akses mengacu pada tingkat kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam mengakses serta menggunakan aplikasi di berbagai perangkat dan waktu (Zahroh et al., 2024). Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan senang dan puas pengguna terhadap pengalaman menggunakan aplikasi, baik dari sisi fungsi sistem, kemudahan, maupun kenyamanan interaksi sosial dalam *platform* (Cahyadi & Shihab, 2022). Loyalitas pengguna merupakan komitmen mendalam untuk terus menggunakan dan merekomendasikan *platform*, serta menunjukkan keterlibatan aktif dalam komunitas dan ketahanan terhadap *platform* pesaing (Lie & Setiyowati, 2024). Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Merujuk pada tinjauan teoritis dan riset-riset sebelumnya, proposisi penelitian diformulasikan sebagai berikut: H1: Mutu sistem informasi memberikan dampak bermakna terhadap komitmen pengguna; H2: Aksesibilitas *platform* memberikan dampak bermakna terhadap komitmen pengguna; H3: Satisfaksi pengguna memberikan dampak bermakna terhadap komitmen pengguna; H4: Mutu sistem informasi memberikan dampak bermakna terhadap satisfaksi pengguna; H5: Aksesibilitas *platform* memberikan dampak bermakna terhadap satisfaksi pengguna; H6: Mutu sistem informasi memberikan dampak bermakna terhadap komitmen pengguna melalui peran intermediasi satisfaksi pengguna; H7: Aksesibilitas *platform* memberikan dampak bermakna terhadap komitmen pengguna melalui peran intermediasi satisfaksi pengguna.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori yang berorientasi menguji keterkaitan kausal antar variabel. Populasi riset adalah pengguna aktif *Weverse* di wilayah Kota Malang, dengan teknik seleksi sampel purposif menghasilkan 105 responden. Karakteristik partisipan meliputi pengguna yang pernah atau tengah aktif mengoperasikan aplikasi *Weverse* untuk berinteraksi dalam komunitas fans K-Pop. Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan kuesioner daring berskala Likert 1-5 yang didiseminasikan via Google Form. Variabel riset terdiri dari mutu sistem informasi (X1), kemudahan akses (X2), kepuasan (Z), dan loyalitas pengguna (Y). Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS 4.0 (Hair et al., 2019). Rangkaian analisis mencakup evaluasi outer model untuk verifikasi validitas dan reliabilitas, inner model untuk menguji kekuatan relasi struktural, serta uji hipotesis menggunakan teknik bootstrapping dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 105 responden pengguna aktif *platform Weverse* di Kota Malang dengan karakteristik mayoritas berjenis kelamin perempuan (65,71%), berusia 18-25 tahun (61%), berstatus pelajar/mahasiswa (55,2%), telah menggunakan *Weverse* selama 6 bulan hingga 1 tahun (37,1%), dan mengakses *platform* 3-5 kali dalam seminggu (50,5%). Prosedur analisis data

mengimplementasikan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0 menghasilkan sejumlah temuan substantif. Asesmen measurement model mengonfirmasi keseluruhan indikator riset memenuhi standar validitas konvergen dengan nilai faktor loading berada pada rentang 0,785 sampai 0,908, melampaui threshold minimum 0,70. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua variabel berada di atas 0,50, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

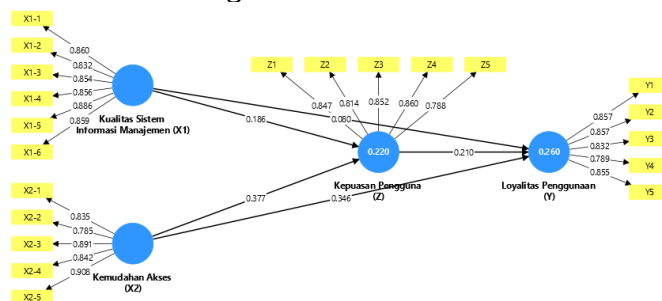
Tabel 1. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE value	Keterangan
Kualitas sistem informasi (X1)	0,736	Valid
Kemudahan akses (X2)	0,728	Valid
Loyalitas pengguna (Y)	0,736	Valid
Kepuasan (Z)	0,693	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian memiliki validitas konvergen yang baik, dengan nilai AVE melebihi 0,50, mengindikasikan bahwa setiap variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.

Uji reliabilitas menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* menunjukkan seluruh variabel memiliki konsistensi internal yang tinggi dengan nilai di atas 0,70. Kualitas sistem informasi memiliki nilai tertinggi dengan *Composite Reliability* 0,953 dan *Cronbach's Alpha* 0,929, diikuti kemudahan akses (0,928; 0,907), loyalitas pengguna (0,897; 0,894), dan kepuasan (0,895; 0,889). Model pengukuran (*outer model*) yang menggambarkan hubungan antara indikator dengan konstruk latennya divisualisasikan dalam gambar berikut:



Gambar 1. Outer Model

Sumber: Data diolah, 2026

Gambar 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* yang memenuhi kriteria validitas konvergen, dengan semua nilai berada di atas 0,70, mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk latennya dengan baik. Evaluasi *inner model* menghasilkan nilai R-Square yang menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Nilai R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan (Z)	0,220	0,204
Loyalitas pengguna (Y)	0,260	0,238

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 2 menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi dan kemudahan akses mampu menjelaskan 20,4% variasi kepuasan pengguna, sedangkan 79,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Sementara itu, seluruh variabel independen mampu menjelaskan 23,8% variasi loyalitas pengguna, dengan 76,2% dipengaruhi faktor eksternal. Hasil pengujian hipotesis melalui teknik *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi 5% disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>T Statistics</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
Kualitas sistem informasi → Loyalitas pengguna	0,757	0,449	Tidak Signifikan
Kemudahan akses → Loyalitas pengguna	3,578	0,000	Signifikan
Kepuasan → Loyalitas pengguna	1,940	0,052	Tidak Signifikan
Kualitas sistem informasi → Kepuasan	1,766	0,077	Tidak Signifikan
Kemudahan akses → Kepuasan	3,652	0,000	Signifikan
Kualitas sistem informasi → Kepuasan → Loyalitas pengguna	1,207	0,227	Tidak Memediasi
Kemudahan akses → Kepuasan → Loyalitas pengguna	1,659	0,097	Tidak Memediasi

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, dari tujuh hipotesis yang diajukan, hanya dua hipotesis yang diterima yaitu pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan dan kemudahan akses terhadap loyalitas pengguna, sementara lima hipotesis lainnya ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Loyalitas Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan kualitas sistem informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna (*T-statistics* = 0,757; *P-value* = 0,449). Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Haykal et al. (2023) yang menyatakan kualitas sistem informasi yang baik mampu menciptakan pengalaman pengguna yang konsisten dan memuaskan sehingga meningkatkan loyalitas. Ketidaksignifikanan ini dapat dijelaskan melalui kondisi aktual di mana responden masih memiliki keraguan terhadap keamanan data pribadi saat menggunakan *platform Weverse*, sebagaimana terlihat dari nilai *cross loading* tertinggi pada indikator X1.4 terkait keamanan data. Meskipun *Weverse* dikelola oleh perusahaan besar, sebagian pengguna tetap merasa belum sepenuhnya yakin bahwa informasi pribadi mereka terlindungi dengan baik.

Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Loyalitas Pengguna

Kemudahan akses terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna (*T-statistics* = 3,578; *P-value* = 0,000). Hasil ini sejalan dengan penelitian Wahyuningsih & Rojuaniah (2023) yang menemukan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Indikator X2.5 mengenai fleksibilitas penggunaan *Weverse* kapan pun dibutuhkan memiliki nilai *cross loading* tertinggi, menunjukkan bahwa pengguna sangat menghargai kemampuan *platform* untuk diakses secara fleksibel. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun *Weverse* memiliki citra yang baik, pengguna tetap mempertimbangkan aspek kemudahan akses sebagai faktor penentu loyalitas mereka terhadap *platform*.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna

Kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna (*T-statistics* = 1,940; *P-value* = 0,052). Temuan ini sejalan dengan penelitian Husain et al. (2025) yang menemukan kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada pengguna *platform e-commerce*. Nilai *cross loading* terendah pada indikator Z.3 terkait kesesuaian fitur dan performa *Weverse* dengan harapan pengguna menunjukkan bahwa indikator ini kurang mampu merepresentasikan konstruk secara optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna merasa puas, kepuasan tersebut tidak otomatis mendorong mereka untuk tetap loyal terhadap *platform*.

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan

Kualitas sistem informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (*T-statistics* = 1,766; *P-value* = 0,077). Hasil ini mendukung penelitian Sari et al. (2023) yang menemukan kualitas sistem informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi manajemen. Nilai *cross loading* terendah pada indikator X1.3 mengenai jaranganya gangguan/error pada *Weverse*

menunjukkan bahwa responden tidak secara konsisten mengaitkan pernyataan ini dengan konstruk utama, sehingga pengaruhnya terhadap pembentukan kepuasan tidak signifikan.

Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan

Kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (T -statistics = 3,652; P -value = 0,000). Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati et al. (2024) yang menunjukkan kemudahan akses yang baik membuat pengguna merasa lebih yakin dengan kualitas aplikasi dan layanan yang diberikan. Ketika pengguna memiliki ekspektasi tinggi terhadap suatu aplikasi dan aplikasi tersebut mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka melalui kemudahan akses, maka kepuasan akan meningkat.

Peran Mediasi Kepuasan

Hasil pengujian mediasi menunjukkan kepuasan tidak memediasi hubungan kualitas sistem informasi maupun kemudahan akses terhadap loyalitas pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wahyuningsih & Rojuaniah (2023) dan Nafis et al. (2025) yang menemukan kepuasan tidak memediasi hubungan tersebut. Meskipun kualitas sistem dan kemudahan akses yang ditawarkan sudah baik, pengguna tidak selalu merasa puas dengan pengalaman penggunaannya, sehingga kepuasan tidak dapat menjadi jembatan yang menghubungkan kedua variabel independen dengan loyalitas pengguna.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Studi ini menghasilkan konklusi bahwa aksesibilitas *platform* memberikan dampak bermakna terhadap satisfaksi dan komitmen pengguna *Weverse*, sementara mutu sistem informasi tidak mendemonstrasikan kontribusi signifikan. Satisfaksi tidak memfasilitasi peran intermediasi dalam relasi antara kedua prediktor terhadap loyalitas pengguna. Limitasi riset teridentifikasi pada jangkauan geografis yang terbatas di wilayah Kota Malang serta koefisien determinasi yang relatif rendah, mengimplikasikan masih terdapat banyak faktor eksogen yang belum tereksplorasi. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas area sampel, menambahkan variabel lain seperti kepercayaan dan kualitas konten, serta menggunakan metode *multi-group analysis* untuk membandingkan perilaku pengguna antar komunitas *fandom* yang berbeda guna memperoleh pemahaman lebih komprehensif mengenai determinan loyalitas pengguna *platform* komunitas *digital*.

Referensi

- Amerta, K. A., & Warmika, I. G. K. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 12(9), 887. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2023.v12.i09.p01>
- Bollmer, G., & Tillerson, B. (2025). *Platform Fandom: Weverse and the Technological Domestication of Fan Community*. *Social Media and Society*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/20563051251326689>
- Cahyadi, B. B., & Shihab, M. S. (2022). Membangun Loyalitas melalui Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3369–3382. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i8.1409>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage. <https://books.google.co.id/books?id=0R9ZswEACAAJ>
- Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.02>
- Husain, F., Mansyur, S., Harris, S. N., Ardilla, F., & Sartika, S. (2025). Pengaruh Kemudahan

- Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi pada Platform E-Commerce Shopee. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 3530–3545. <https://doi.org/10.62710/m2wzzs23>
- Ismi, R. N., & Abdilla, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 428–441.
- Lie, S., & Setiyowati, H. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty Pada Weverse Shop di Indonesia Melalui E-Satisfaction Dalam Mendukung SDGs. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.53682/mk.v5i1.8404>
- Nafis, M., Wisnalmawati, & Astuti, W. T. (2025). Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Information Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Ruang Guru Di Yogyakarta. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.24853/jmmb.6.1.1-17>
- Rahmawati, D. F. T., Nuraini, R. S., Amrizal, M., & Setiawan, I. (2024). Analisis Kemudahan Pengguna Aplikasi Access by KAI Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi (TEKNOFILE)*, 2(12), 949–959. <https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/492>
- Ramadhanti, A. M., & Luqman, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Si D'nok Di Kota Semarang. *Interaksi Online*, 13(1), 366–377. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/48746>
- Sari, N., Ervianingsih, & Zahran, I. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Manajemen RS “X” Kota Palopo. *Jurnal Surya Medika*, 9(2), 219–224. <https://doi.org/10.33084/jsm.v9i2.5698>
- Wahyuningsih, F., & Rojuaniah. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Nasabah Aplikasi Mobile Banking Bank Bsi Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi (JMBO)*, 2(2), 16–25. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i2.114>
- Yum, K., & Yoo, B. (2023). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411214>
- Zahroh, N., Nasar, J., Jaya, U., Borneo, S., Telindung, J., & No, M. A. (2024). Analisis Kepuasan Penggunaan Aplikasi Weverse dikalangan Kpop Menggunakan Metode Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Informatika Unika ST. Thomas (JTIUST)*, 9(2), 194–198. <https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JTIUST/article/view/4151>

Miftahul Syalzidah *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohammad Rizal ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma