

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai sarana pemasaran digital. Sabina Hijab House telah menggunakan akun Instagram @sabinahijab.id sejak tahun 2016 dan memiliki 18,6 ribu pengikut organik, namun tingkat keterlibatan pengguna masih sangat rendah serta terdapat keluhan terkait responsivitas admin. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya berdasarkan model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean. Batasan variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, dan kepuasan pengguna. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan objek akun Instagram Sabina Hijab House. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling berdasarkan kriteria Lemeshow. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) berbantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan, dan kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, kualitas sistem dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Aktivitas penggunaan juga ditemukan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kesimpulan utama dari penelitian ini membuktikan bahwa tingkat kepuasan pengguna akun Instagram Sabina Hijab House didorong secara kuat oleh aspek keandalan teknis sistem, kecepatan respons layanan admin, serta intensitas interaksi atau penggunaan media sosial tersebut oleh pengguna.

Kata kunci: Kepuasan Pengguna, Instagram, Model Delon and Mclean, Pemasaran Online, SEM-PLS.

ABSTRACT

The rapid development of information technology has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize social media platforms such as Instagram as an online marketing medium. Sabina Hijab House has managed its Instagram account, @sabinahijab.id, since 2016 and has gained 18.6 thousand organic followers; however, user engagement remains relatively low, and complaints regarding the responsiveness of the account administrator have been reported. This study aims to analyze user satisfaction and identify the factors influencing it based on the DeLone dan McLean Information Systems Success Model. The research is limited to five variables: System Quality, Information Quality, Service Quality, Use, and User Satisfaction. This quantitative study focuses on the Instagram account of Sabina Hijab House. Data were collected through interviews, observations, documentation, and questionnaires administered to 100 respondents selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach based on the Lemeshow criteria. Data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 4 software. The hypothesis testing results indicate that System Quality has no significant effect on Use, while Information Quality has no significant effect on User Satisfaction. However, System Quality and Service Quality have positive and significant effects on User Satisfaction. In addition, Use has a significant positive effect on User Satisfaction. The findings demonstrate that user satisfaction with the Sabina Hijab House Instagram account is primarily influenced by the system's technical reliability, the responsiveness of the administrator's services, and the intensity of users' interactions with the social media platform.

Keywords: User Satisfaction; Instagram; DeLone dan McLean Information Systems Success Model; Online Marketing; PLS-SEM.