

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA  
APLIKASI WHATSAPP MENGGUNAKAN INSTRUMEN  
*NET PROMOTER SCORE***



**NABIL ILYASA**

**NIM 20106050029**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1605/Un.02/DST/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi WhatsApp Menggunakan Instrumen Net Promoter Score

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NABIL ILYASA  
Nomor Induk Mahasiswa : 20106050029  
Telah diujikan pada : Kamis, 22 Agustus 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng.  
SIGNED

Valid ID: 66cbdf318391



Penguji I

Ir. Maria Ulfah Siregar, S.Kom., MIT., Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 66caf46c7696



Penguji II

Eulis Yulianti Faridah, M.Ds  
SIGNED

Valid ID: 66cbf192483f7



Yogyakarta, 22 Agustus 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 66cc2bfued3ca

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabil Ilyasa  
NIM : 20106050029  
Program Studi : Informatika  
Fakultas : Sains dan Teknologi

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil pekerjaan penulis sendiri sepanjang pengetahuan penulis, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali bagian tertentu yang penulis ambil sebagai bahan acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 18 Agustus 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir  
Lamp :

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nabil Ilyasa  
NIM : 20106050029  
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA


APLIKASI WHATSAPP MENGGUNAKAN  
INSTRUMEN NET PROMOTER SCORE

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, 18 Agustus 2024

  
Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom.  
NIP. 197108231999031003

## INTISARI

Dengan semakin pentingnya aplikasi pesan instan dalam kehidupan sehari-hari, memahami tingkat kepuasan pengguna menjadi krusial untuk perbaikan dan pengembangan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna aplikasi WhatsApp melalui pendekatan kuantitatif menggunakan instrumen *Net Promoter Score* (NPS).

Sebanyak 3250 responden yang merupakan pengguna WhatsApp terlibat dalam proses pengumpulan data yang dimulai dari 22 Februari 2024 sampai 19 Maret 2024. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial setelah diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas diuji menggunakan pengujian *concurrent validity* dengan instrumen CSUQ sebagai *criterion* atau *comparator*, sedangkan reliabilitasnya diuji perhitungan menggunakan rumus *correction for attenuation* dengan sedikit modifikasi. Untuk validitas, koefisien korelasi komposit dari 5 item CSUQ dengan NPS adalah 0,314 dengan nilai  $p < 0,000$ . Untuk reliabilitas, NPS mendapatkan nilai 0,140 yang menunjukkan bahwa *single-item* NPS memiliki reliabilitas yang relatif rendah. Dengan demikian, instrumen NPS dinilai memiliki validitas yang cukup, tapi reliabilitas yang rendah. Dikarenakan data yang tidak terdistribusi secara normal, maka median digunakan sebagai nilai yang lebih representatif untuk *central tendency*. Hasil analisis menunjukkan skor NPS WhatsApp yang senilai 30 poin dan bahwa pengguna merasa “Sangat Setuju” atau dalam konteks ini, sangat mungkin untuk merekomendasikan WhatsApp ke orang lain.

Penelitian ini memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna WhatsApp yang dapat dijadikan dasar atau landasan untuk identifikasi lebih lanjut mengenai peningkatan-peningkatan fitur yang dapat dilakukan untuk mengurangi jumlah *detractor* yang ada. Hasil studi ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembang aplikasi tersebut dan yang lainnya dalam mengembangkan kualitas aplikasi untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan pengguna yang lebih baik lagi.

**Kata Kunci:** *User Satisfaction, Net Promoter Score, WhatsApp*

## ABSTRACT

*As instant messaging applications become increasingly important in daily life, understanding user satisfaction levels becomes crucial for service improvement and development. This study aims to evaluate the satisfaction and loyalty levels of WhatsApp users through a quantitative approach using the Net Promoter Score (NPS) instrument.*

*A total of 3,250 respondents, all WhatsApp users, participated in the data collection process, which took place from February 22, 2024, to March 19, 2024. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics after validity and reliability tests were conducted. Validity was assessed through concurrent validity testing, with the CSUQ instrument serving as the criterion or comparator. Meanwhile, reliability was calculated using a modified version of the correction for attenuation formula. The composite correlation coefficient between the 5 CSUQ items and NPS was 0.314 with a p-value of 0.000 for validity. For reliability, NPS obtained a score of 0.140, indicating that the single-item NPS has relatively low reliability. Given that the data were not normally distributed, the median was used as a more representative measure of central tendency. The analysis results showed a WhatsApp NPS score of 30 points, with users expressing "Strong Agreement," indicating a high likelihood of recommending WhatsApp to others.*

*This study provides a quantitative overview of WhatsApp users' satisfaction and loyalty levels, which can serve as a foundation for further identification of potential feature enhancements to reduce the number of detractors. The findings of this study are expected to be a reference for developers of WhatsApp and other applications in enhancing the quality of their apps to deliver better user satisfaction and comfort.*

**Keywords:** *User Satisfaction, Net Promoter Score, WhatsApp*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Kata demi kata, lembar demi lembar.

Dipersembahkan untuk kedua orang tua,

Ibunda Andarini

Ayahanda Julianto

Yang telah menghidupi dan senantiasa menyayangi.

Untuk kedua adik,

Muhammad Farel Arrauf

Hasna Aliya Azzahra

Yang tidak terlalu membantu, tapi tetap disayangi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa diucapkan kepada Allah Swt. yang mana karena limpahan rahmatnya, penulisan skripsi “Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi WhatsApp Menggunakan Instrumen *Net Promoter Score*” dapat diselesaikan. Selesainya skripsi ini juga karena dorongan dan bantuan dari sejumlah pihak yang sangat penulis syukuri. Terima kasih banyak diucapkan kepada seluruh pihak yang berjasa berikut ini:

1. Bapak Prof. Noorhadi, M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas segala fasilitas dan dukungan yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan di universitas ini
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi atas dukungannya selama proses penulisan tugas akhir ini.
3. Ibu Ir. Maria Ulfah Siregar, S. Kom., selaku Ketua Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga serta Bapak/Ibu Dosen yang tanpa letih membagikan ilmu, pengalaman, dan petuah selama masa studi.
4. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan penuh dalam segala rupa.
5. Kedua adik yang keberadaannya saja menjadi sebuah motivasi.
6. Bapak Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa menyisihkan waktunya untuk mengarahkan, menjawab semua pertanyaan, dan tak henti-hentinya memotivasi.
7. Muhammad Galih Wonoseto, M.T., selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan.
8. Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom., selaku dosen yang membantu penulisan dan senantiasa meluangkan waktunya untuk menjawab semua pertanyaan.
9. Teman-teman dan sahabat Kontrakan Ruang Bersama TIF berikut pengunjung rutinnya yang senantiasa menemani, memotivasi, serta

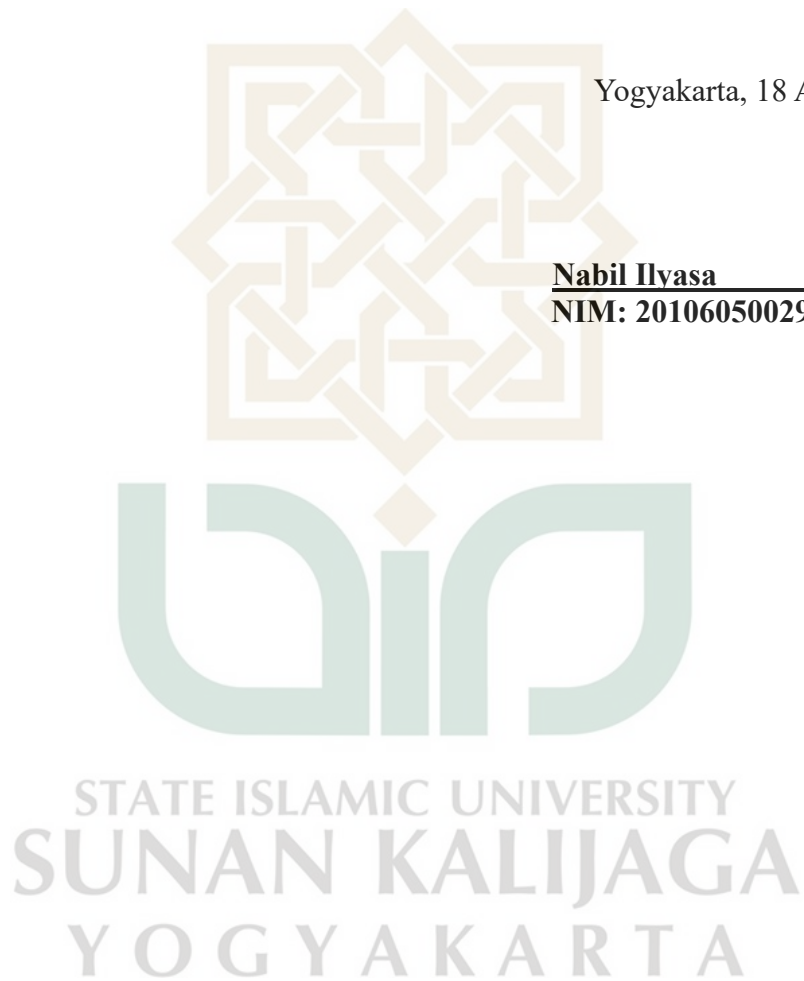


mengajak ngobrol dan bermain ketika penulis sedang merangkai kata-kata untuk ditulis.

10. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang menjadi bahan dari Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 18 Agustus 2024

**Nabil Ilyasa**  
**NIM: 20106050029**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka .....	5
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Kepuasan dan Loyalitas Pengguna.....	10
2.2.2 WhatsApp.....	11

2.2.3	Statistik Deskriptif .....	11
2.2.4	Statistik Inferensial.....	14
2.2.5	Rumus Single-Item Reliability Wanous.....	15
2.2.6	Rumus Sample Cochran.....	15
2.2.7	Net Promoter Score .....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....		18
3.1	Lokasi dan Waktu.....	18
3.2	Alat dan Bahan .....	18
3.2.1	Alat Penelitian.....	18
3.2.2	Bahan Penelitian.....	19
3.3	Populasi dan Sampel .....	19
3.3.1	Populasi Penelitian.....	19
3.3.2	Sampel Penelitian.....	19
3.4	Tahapan Penelitian .....	21
3.4.1	Identifikasi Masalah.....	21
3.4.2	Studi Literatur .....	22
3.4.3	Penyusunan Instrumen .....	22
3.4.4	Pengumpulan Data .....	23
3.4.5	Analisis Data .....	23
3.5	Teknik Analisis Data .....	24
3.5.1	Uji Normalitas.....	24
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	24
3.5.3	Statistik Deskriptif .....	25
3.5.4	Statistik Inferensial.....	25
3.5.5	Perhitungan Net Promoter Score.....	26

BAB IV PEMBAHASAN.....	27
4.1 Hasil .....	27
4.1.1 Uji Normalitas.....	27
4.1.2 Uji Validitas.....	27
4.1.3 Uji Reliabilitas .....	29
4.1.4 Statistik Deskriptif .....	30
4.1.5 Diagram Distribusi Frekuensi .....	33
4.1.6 Net Promoter Score.....	34
4.2 Pembahasan.....	37
4.2.1 Analisis Instrumen NPS Aplikasi WhatsApp.....	37
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif dan Inferensial Instrumen NPS Aplikasi WhatsApp .....	38
4.2.3 Analisis Net Promoter Score.....	43
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan .....	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Responden Tiap Versi .....	20
Tabel 3.2 Kuesioner Versi Positif.....	22
Tabel 3.3 Kuesioner Versi Negatif .....	23
Tabel 4.1 Perhitungan Uji Normalitas.....	27
Tabel 4.2 Perhitungan Uji Validitas.....	28
Tabel 4.3 Perhitungan Uji Reliabilitas .....	29
Tabel 4.4 Perhitungan Reliabilitas 5 item CSUQ.....	29
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif .....	30
Tabel 4.6 Perhitungan <i>Central Tendency</i> .....	31
Tabel 4.7 Perhitungan Standar Deviasi dan Persentil .....	31
Tabel 4.8 Proporsi Jawaban Responden .....	31
Tabel 4.9 Perhitungan <i>Skewness</i> .....	32
Tabel 4.10 Perhitungan Kurtosis .....	33
Tabel 4.11 Distribusi Kategori Responden NPS .....	34
Tabel 4.12 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.13 Kategori Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	35
Tabel 4.14 Kategori Responden Telegram dan Facebook Messenger .....	36
Tabel 4.15 Perhitungan Rentang Skala 5 Nilai NPS .....	39

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Distribusi Frekuensi .....	34
Gambar 4.2 Boxplot NPS.....	40
Gambar 4.3 Komposisi Boxplot.....	40
Gambar 4.4 Diagram Tingkat Kepuasan NPS .....	41
Gambar 4.5 Diagram Distribusi Frekuensi .....	42
Gambar 4.6 Diagram Distribusi Kategori Responden NPS .....	43
Gambar 4.7 Grafik Hasil NPS.....	43
Gambar 4.8 Diagram Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin Laki-Laki .....	44
Gambar 4.9 Diagram Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin Perempuan .....	45
Gambar 4.10 Diagram Distribusi Berdasarkan Rentang Usia 18-24 Tahun .....	45
Gambar 4.11 Diagram Distribusi Berdasarkan Rentang Usia 25-34 Tahun .....	46
Gambar 4.12 Diagram Distribusi Berdasarkan Rentang Usia 35-54 Tahun .....	46
Gambar 4.13 Diagram Distribusi Berdasarkan Rentang Usia 54-64 Tahun .....	47
Gambar 4.14 Diagram Berdasarkan Distribusi Rentang Usia 65+ Tahun .....	47
Gambar 4.15 Diagram Perbandingan NPS Total Dengan Demografinya .....	48
Gambar 4.16 Diagram Kategori Responden Telegram .....	49
Gambar 4.17 Diagram Kategori Responden Facebook Messenger .....	50
Gambar 4.18 Diagram Perbandingan NPS WhatsApp Dengan Aplikasi Lain .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Demografi Pengguna .....	56
Lampiran 2: Pertanyaan Kuesioner Tiap Versi.....	57
Lampiran 3: Sample Jawaban Responden Asli .....	60
Lampiran 4 Sample Jawaban Responden Konversi.....	61



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Teknologi semakin berkembang seiring berjalannya waktu, pun demikian dengan kualitas hidup manusia. Segalanya, mulai dari transportasi hingga komunikasi, dapat diakses dengan mudah dan cepat. Ruang dan waktu seakan tak lagi menjadi halangan bagi seseorang untuk bepergian dan berhubungan. Salah satu upaya manusia dalam memangkas jarak dan waktu adalah dengan memanfaatkan *instant messenger*. *Instant messenger* adalah sarana untuk melakukan pemesanan instan atau *instant messaging*. *Instant messenger* ini umumnya berupa aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk mengakses fitur-fitur *instant messaging* dari penyedia layanan[1].

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, di antara sekian banyak *instant messenger* yang ada, WhatsApp merupakan salah satu yang paling banyak dan sering digunakan di Indonesia. Hal ini senada dengan data yang diperoleh dari situs Businessofapps mengenai “WhatsApp Revenue and Usage Statistics”, per 2023, Indonesia masuk ke dalam peringkat tiga negara dengan pengguna WhatsApp terbanyak yakni 112 juta[2]. WhatsApp sendiri, layaknya aplikasi *instant messenger* lainnya, memiliki berbagai fitur yang memudahkan komunikasi seperti pengiriman pesan teks, panggilan suara dan video, serta pengiriman berkas multimedia. Dengan pengguna yang semakin bertambah, maka kebutuhan atas pengukuran tingkat kepuasan dan loyalitas juga semakin bertambah. Diperlukan aplikasi yang memenuhi kebutuhan pengguna, mudah digunakan, dan minim kesalahan untuk memuaskan pengguna.

Kepuasan pengguna atau pelanggan didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif secara keseluruhan tentang nilai bersih layanan diterima dari *supplier*[3]. Ini berarti bahwa kepuasan pelanggan diukur berdasarkan persepsi keseluruhan mereka terhadap produk atau layanan yang telah mereka terima, apakah mereka merasa mendapatkan nilai yang sesuai dengan harapan mereka atau tidak. Perasaan ini bisa bersifat positif jika mereka puas, atau negatif jika mereka



merasa tidak puas dengan produk atau layanan yang diberikan. Loyalitas pengguna, di sisi lain, mencerminkan komitmen jangka panjang pengguna untuk tetap menggunakan dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang melakukan pembelian berulang dari merek yang sama[4]. Kedua konsep ini saling terkait, di mana tingkat kepuasan yang tinggi sering kali berkontribusi terhadap loyalitas yang lebih tinggi juga. Kepuasan dan loyalitas yang tinggi berarti pengguna merasa nyaman dan senang saat menggunakan aplikasi. Dengan banyak pengguna setia, tentunya produk dapat bertahan lebih lama di pasaran.

Analisis kepuasan dan loyalitas pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif terhadap data yang didapat dari sejumlah responden. Untuk mengevaluasi kepuasan dan loyalitas pengguna tersebut, salah satu instrumen yang paling sering digunakan adalah *Net Promoter Score* (NPS). NPS adalah instrumen atau indikator yang mengukur loyalitas pengguna dengan hanya satu pertanyaan. Pertanyaan tersebut bisa dianggap sebagai perwujudan puncak loyalitas pengguna, yakni dengan merekomendasikan produk yang digunakannya ke orang lain[5]. Dengan NPS, penyedia layanan atau perusahaan dapat mengidentifikasi seberapa loyal penggunaannya dan berdasarkan hal tersebut, dapat menentukan langkah-langkah yang akan diambil setelahnya. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kepuasan dan loyalitas pengguna WhatsApp di Indonesia, memberikan dasar untuk pengembangan layanan dan pemasaran aplikasi tersebut, serta sebagai studi kasus yang dapat menjadi referensi untuk aplikasi lainnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang teknologi informasi, tetapi juga dapat memberikan manfaat praktis bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas dan kepuasan pengguna WhatsApp.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- Apakah *Net Promoter Score* dapat digunakan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas pengguna WhatsApp Indonesia?
- Bagaimana tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna WhatsApp Indonesia?

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, ada sejumlah batasan untuk memperjelas lingkup penelitian. Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini adalah aplikasi WhatsApp sebagai salah satu *instant messaging* yang paling banyak digunakan di Indonesia.
2. Penelitian ini dilakukan pada pengguna WhatsApp di Indonesia.
3. Penelitian mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas menggunakan NPS sebagai instrumen tunggal.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang didapat, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas dari pengguna WhatsApp di Indonesia dengan menggunakan instrumen *Net Promoter Score* (NPS), menyajikan komparasi skor WhatsApp dengan Telegram, dan Facebook Messenger sesuai responden yang didapatkan, serta memberikan rekomendasi yang relevan sesuai hasil.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Bila tujuan berhasil dipenuhi, maka berikut ini adalah manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini:

1. Manfaat Akademis: Menambah wawasan dan literatur mengenai analisis kepuasan dan loyalitas aplikasi WhatsApp menggunakan instrumen NPS.
2. Manfaat Praktis: Memberikan informasi dan rekomendasi kepada pengembang aplikasi WhatsApp perihal tingkat kepuasan dan loyalitas dari pengguna sehingga dapat meningkatkan kualitas dan layanan aplikasi.

3. Manfaat Sosial: Memberikan gambaran terhadap masyarakat mengenai tingkat kepuasan WhatsApp agar menjadi pertimbangan dalam menggunakannya dan secara tidak langsung membantu pengguna dalam mendapatkan pengalaman yang lebih baik saat menggunakan aplikasi WhatsApp yang pada akhirnya dapat meningkatkan efisiensi komunikasi di masyarakat.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

NPS dapat digunakan untuk menilai kepuasan dan loyalitas pengguna aplikasi WhatsApp meskipun terbatas pada hasil penilaian yang *general*, kurang spesifik, dan mendalam. Data instrumen NPS yang digunakan dianggap tidak terdistribusi secara normal berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan. Pada data yang tidak terdistribusi secara normal, median dianggap lebih representatif daripada mean. Oleh karena itu, median digunakan sebagai nilai penentu dari tingkat kepuasan. Selain itu, skor NPS didapatkan dengan mengurangi persen *Promoter* dengan persen *Detractor*.

Pertanyaan NPS yang berbunyi, “Seberapa mungkin Anda akan menyarankan aplikasi *instant messaging* ini ke orang lain” memiliki median 9 dari rentang opsi 1-10 yang masuk ke dalam skala 5 nilai sebagai “Sangat Mungkin”. Dengan demikian, dalam konteks NPS, responden cenderung merasa puas dan sangat mungkin bagi mereka untuk merekomendasikan WhatsApp ke orang lain.

Untuk hasil NPS, berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dari 100% total responden, 50,08% adalah *promoter*, 25,08% adalah *detractor*, dan 19,84% adalah *passive*. Berdasarkan hasil penghitungan yang telah dilakukan, *Promoter score* aplikasi WhatsApp adalah 30% yang termasuk ke dalam kategori “Baik”. Selain itu, pada perhitungan NPS berdasarkan demografi jenis kelamin, *Detractor* pada laki-laki lebih banyak daripada perempuan. Kelompok dengan rentang usia 25-34 memiliki NPS atau kepuasan yang tertinggi dibandingkan kelompok lain yakni 44%, sedangkan kelompok dengan rentang usia 55-64 memiliki NPS paling rendah dari seluruh kelompok rentang usia yakni 10%.

### **5.2 Saran**

Untuk pengembang, mengingat NPS mencerminkan kepuasan dan loyalitas pengguna secara keseluruhan, pengembang harus terus berupaya meningkatkan

kualitas layanan aplikasi untuk mengurangi 25,08% *Detractor* dan menarik 19,84 *Passive* supaya menjadi *Promoter* yang lebih aktif dan antusias dengan aplikasi WhatsApp. Ini termasuk memastikan aplikasi berjalan dengan lancar, mengurangi waktu downtime, dan meningkatkan kecepatan respons aplikasi. Selain itu, perlu penyelidikan lebih lanjut mengenai kelompok pengguna dengan rentang usia 55-64 yang memiliki NPS terendah dengan pengguna *Passive* yang sebanyak 36%. Penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk survei yang lebih mendalam perihal fitur-fitur yang menurut pengguna perlu untuk diperbaiki atau ditingkatkan.

Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan studi kasus untuk *single-item measure* lainnya. Dalam mengukur aspek-aspek kepuasan yang lebih spesifik, disarankan untuk menggabungkan NPS dengan instrumen lain. *Single-item measure* memiliki keterbatasan perihal validitas dan reliabilitasnya. Untuk mengukur hal tersebut, tetap diperlukan instrumen lain yang relevan dan sudah teruji validitasnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. G. Kutais, *Internet policies and issues*, vol. 6. Nova Science Publishers, 2010.
- [2] M. Iqbal, "WhatsApp Revenue and Usage Statistics (2024)." [Online]. Available: <https://www.businessofapps.com/data/whatsapp-statistics/>
- [3] Z. Yang and R. T. Peterson, "Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs," *Psychol. Mark.*, vol. 21, no. 10, pp. 799–822, 2004, doi: 10.1002/mar.20030.
- [4] O. Richard L., "Whence Consumer Loyalty," *J. Mark.*, vol. Vol. 63, no. Special Issue, pp. 33–44, 1999.
- [5] F. F. Reichheld, "The one number you need to grow [5]," *Harv. Bus. Rev.*, vol. 82, no. 6, p. 133, 2004.
- [6] S. S. Hilabi and . P., "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP LAYANAN APLIKASI MEDIA SOSIAL WhatsApp MOBILE ONLINE," *Buana Ilmu*, vol. 3, no. 1, pp. 119–136, 2018, doi: 10.36805/bi.v3i1.461.
- [7] Situmorang, "PENGUKURAN BRAND LOYALTY DENGAN NET PROMOTER SCORE PADA YOUTH Proceeding National Conference of Applied Sciences , Engginering , Business and Information Technology 2016 , ISSN 2541 - 111X PENGUKURAN BRAND LOYALTY DENGAN NET PROMOTER," no. October 2016, 2016.
- [8] D. F. Hamilton *et al.*, "Assessing treatment outcomes using a single question: The Net Promoter Score," *Bone Jt. J.*, vol. 96 B, no. 5, pp. 622–628, 2014, doi: 10.1302/0301-620X.96B5.32434.
- [9] J. Juntumaa, M. A. Laitinen, and S. Kirichenko, "The Net Promoter Score (NPS) as a Tool for Evaluation of the User Experience at Culture and Library Services," *78.46.229.148*, vol. 2, pp. 127–142, 2020, [Online]. Available: <http://78.46.229.148/ojs/index.php/qqml/article/view/654>
- [10] C. R. Prakoeswa, N. Hidayah, A. Dewi, F. Mutiani, A. A. Adriansyah, and A. M. Yaqub, "Loyalty Survey Based on Net Promoter Score in A Tertiary Hospital in Indonesia," *eJournal Kedokt. Indones.*, vol. 10, no. 2, pp. 92–100, 2022, doi: 10.23886/ejki.10.154.92-100.
- [11] G. W. Sasmito, L. O. M. Zulfiqar, and M. Nishom, "Usability Testing based on System Usability Scale and Net Promoter Score," *2019 2nd Int. Semin. Res. Inf. Technol. Intell. Syst. ISRITI 2019*, pp. 540–545, 2019, doi: 10.1109/ISRITI48646.2019.9034666.
- [12] K. Rony, W. Rusina, and S. Johan, "Tingkat Kebergunaan Aplikasi Peduli Lindungi Mobile Menggunakan Metode Sistem Usabilty Scale Dan Net Promoter Score," *Decod. J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 33–42, 2021.
- [13] Yanfi, A. Ramadhan, A. Trisetyarso, M. Zarlis, and E. Abdurachman, "Measuring Student's Satisfaction and Loyalty on Microsoft Power BI Using System Usability Scale and Net Promoter Score for the Case of Students at Bina Nusantara University," *2022 Int. Conf. Data Sci. Its Appl. ICoDSA 2022*, pp. 155–160, 2022, doi: 10.1109/ICoDSA55874.2022.9862839.
- [14] B. Bajcar, A. Borkowska, and K. Jach, "The usability of system and users'

- emotions during work with interface designed for disabled - The pilot study,” *Proc. Int. Conf. Interfaces Hum. Comput. Interact. 2017 - Part Multi Conf. Comput. Sci. Inf. Syst. 2017*, no. 2005, pp. 46–53, 2017.
- [15] M. Thariq, A. Razak, and A. A. Rahman, “Usability and User Satisfaction Evaluation on JTMK Project Selection System by Single Blind Method using System Usability Scale and Net Promoter Score,” *Borneo Eng. Adv. Multidiscip. Int. J.*, vol. 2, no. Special Issue (TECHON 2023), pp. 227–231, 2023, [Online]. Available: <https://beam.pmu.edu.my/index.php/beam/article/view/93>
- [16] Tenia Wahyuningrum, *Buku Referensi Mengukur Usability Perangkat Lunak*. Sleman: Deepublish Publisher, 2021.
- [17] ISO, “Ergonomic requirements for office work with visual display terminals. Part 11: Guidance on usability,” *ISO No 924111*, vol. 2008, no. February 9, p. 22, 1994.
- [18] M. Platforms, “Annual Report 2021 FORM 10-K,” 2021.
- [19] Soegiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 2011.
- [20] J. P. Wanous and A. E. Reichers, “Estimating the reliability,” *Psychol. Rep.*, pp. 631–634, 1996.
- [21] K. Milton, F. C. Bull, and A. Bauman, “Reliability and validity testing of a single-item physical activity measure,” *Br. J. Sports Med.*, vol. 45, no. 3, pp. 203–208, 2011, doi: 10.1136/bjism.2009.068395.

