
Analisis Pengaruh *e-Service Quality*, *Sense of Belonging* dan *User Satisfaction* terhadap *Intention to Use Aplikasi Discord*

Timoty Des Christian¹, Setiabudi Sakaria^{2*}

^{1,2} Sistem Informasii; STIKI Malang, Jawa Timur.

¹Email: timoty.deschristian@gmail.com

²Email: setiabudi@stiki.ac.id

*) *Corresponding Author*

ABSTRACT

However, low levels of service, such as lack of help features for using the application, security or privacy factors that have not been guaranteed can cause someone to not want to use the platform. This study aims to determine the effect of e-service quality and sense of belonging on user satisfaction and intention of use of an Indonesian Discord community server. Data in the form of questionnaires from 373 Discord users have been evaluated using Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study show that the constructs of e-service quality and sense of belonging have a positive and significant relationship to user satisfaction and intention to use. Website design is the strongest predictor of overall e-service quality, while fulfillment has no significant effect. The low influence of fulfillment is due to the lack of application help features, so fast interaction support and administrator alertness are needed in dealing with user problems

Keywords: e-service quality, sense of belonging, user satisfaction, intention to use, Discord

ABSTRAK

Discord merupakan aplikasi komunitas digital yang mempunyai banyak fitur menarik untuk kolaborasi lintas jarak antar pengguna. Tetapi, tingkat layanan yang rendah, seperti kurangnya fitur bantuan untuk pemakaian aplikasi, faktor keamanan atau privasi yang belum terjamin dapat menyebabkan seseorang tidak ingin menggunakan platform tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh e-service quality dan sense of belonging terhadap user satisfaction dan intention of use dari sebuah server komunitas Discord Indonesia. Data berupa kuesioner dari 373 pengguna Discord telah dievaluasi menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk dari e-service quality dan sense of belonging memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap user satisfaction serta intention to use. Website design menjadi prediktor paling kuat dari overall e-service quality, sedangkan fulfillment yang tidak berpengaruh signifikan. Rendahnya pengaruh fulfillment disebabkan oleh kurangnya fitur bantuan aplikasi, sehingga diperlukan dukungan interaksi yang cepat dan kesiapan administrator dalam mengatasi masalah pengguna.

Keywords: kualitas layanan elektronik, rasa memiliki, kepuasan pengguna, niat menggunakan, Discord

A. PENDAHULUAN

Discord semenjak dirilis ke publik pada Mei 2015, banyak diminati oleh para gamer online untuk berbicara/berkomunikasi dengan rekan satu tim pada saat bermain game. Aplikasi ini juga merupakan alternatif media komunikasi dalam kegiatan belajar mengajar [1]. Pada bulan Juni 2020, Discord mencatat 100 juta pengguna aktif per bulan, dan jumlah tersebut terus bertambah hingga saat ini [2]. Aplikasi komunikasi sosial ini gratis sebagai alat komprehensif yang mendukung interaksi antar pribadi di kalangan gamer dan publik yang dapat diakses dalam bentuk seluler dan desktop untuk diskusi, percakapan, dan komunitas [3]. Platform obrolan game terbesar di dunia ini memiliki 250 juta pengguna dan penilaian pasar sebesar 2,1 miliar dengan total pendanaan \$271,3 juta [4]. Komunitas Discord diatur ke dalam kumpulan saluran terpisah yang disebut *server* sebagai media interaksi dalam ruang obrolan, pesan langsung, panggilan suara dan video antar gamer yang

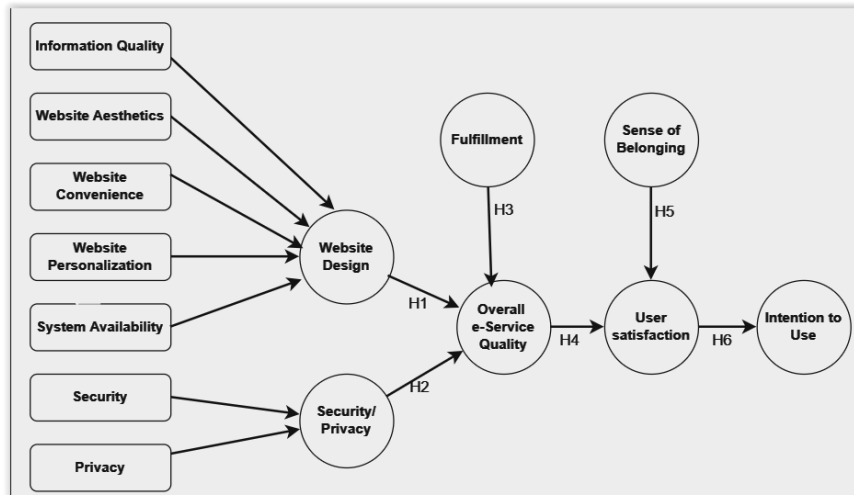
dikendalikan secara aman oleh administrator [4]. Selain layanan chat, platform ini juga berisi teks, suara, dan fitur video bisa digunakan di *web browser* dan aplikasi *mobile* [5]. Dalam sebuah *server* pendidikan akan memiliki berbagai saluran teks yang dapat digunakan oleh siswa untuk mengirimkan pertanyaan kepada staf pengajar atau siswa lainnya [6], [7]. Discord umumnya digunakan untuk kelas online, sehingga komunikasi pendidik dan siswa lebih interaktif. Lingkungan belajar di Discord membuat siswa serasa berada di dalam kelas yang menyenangkan [8].

Discord memungkinkan untuk diteliti lebih detail tentang fenomena komunitas virtual (Baguley, 2019), Discord memiliki masalah dengan perilaku bermusuhan dan penyalahgunaan dalam obrolan dan topik kontroversial terkait ras, agama, politik, dan pornografi [9]. Jika ada *server* yang ditemukan terlibat dalam aktivitas ilegal atau pelanggaran persyaratan layanan akan ditutup. Tidak semua pengguna menggunakan aplikasi ini dengan mudah dan memerlukan tutorial/panduan khususnya bagi pemula serta tingkat kualitas layanan administrator [3], sehingga tidak semua pengguna merasa puas dan berniat menggunakan Discord. Studi kepuasan pengguna discord dengan metode “SERVQUAL”, menemukan beberapa permasalahan *server* dan fitur Discord. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna Discord di kota Jambi tergolong rendah dan belum memenuhi persepsi yang diinginkan, dan hanya dimensi Empati yang memengaruhi persepsi pengguna [10].

Pada saat ini studi tentang aplikasi Discord masih sedikit khususnya dari sisi kualitas layanan (*service quality*), rasa memiliki (*sense of belonging*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dan niat menggunakan (*intention to use*) Discord. Dengan menguji pengaruh dimensi *e-service quality* dan *sense of belonging* terhadap *user satisfaction*), yang kemudian memengaruhi *intention to use*. Dimensi *e-service quality* seperti desain situs web (*web design*), keamanan/privasi (*security/privacy*) dan konstruk kepuasan pengguna (*user satisfaction*) diadopsi dari penelitian [11], sedangkan pengukuran pemenuhan (*fulfillment*) diadopsi dari penelitian [12]. *Sense of belonging* yang unggul memengaruhi *user satisfaction* media sosial secara positif [13], dan juga salah satu konstruk yang paling luas dan integratif yang tersedia saat ini untuk memahami sifat manusia. Dalam platform media sosial, *sense of belonging* berhubungan positif dengan *user satisfaction* [14]. *user satisfaction* memainkan peran penting dalam mempertahankan *intention to use* media sosial [15]. Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa teori tentang faktor-faktor yang menjelaskan penggunaan jejaring sosial terus berkembang. Dalam hal ini, teori-teori tradisional dan mapan seperti pengaruh sosial, kegunaan dan kepuasan, kehadiran sosial, dan kepuasan hidup telah digunakan untuk menjelaskan niat untuk berpartisipasi dalam jejaring sosial [16]. *intention to use* merupakan prediktor kuat perilaku penggunaan aktual, dan terdapat hubungan kuat antara *user satisfaction* dan *intention to use* suatu produk atau layanan. Penelitian ini secara khusus berfokus pada analisis pengaruh *e-service quality* dan *sense of belonging* pengguna terhadap *user satisfaction* dan *sense of belonging* terhadap *user satisfaction* dan *intention to use* aplikasi ini, sehingga dapat menjadi landasan untuk meningkatkan perbaikan/layanan aplikasi Discord dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.

B. METODE

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif yang secara sistematis menyelidiki penyebab suatu fenomena ketika informasi yang diketahui terbatas, dan berusaha memahami dan menjelaskan mengapa suatu peristiwa/fenomena/perilaku yang terkait terjadi. Kerangka penelitian (*research framework*) pada gambar 1 didasarkan atas studi literatur dan diadopsi dari penelitian [11], [12], untuk mengukur hubungan antara dimensi-dimensi yang memengaruhi *e-service quality* (*website design*, *security/privacy*, dan *fulfillment*). sedangkan pengaruh *sense of belonging* terhadap *user satisfaction* diadopsi menggunakan penelitian [13], *intention to use* diadopsi dari penelitian [15].



Gambar 1. model konseptual penelitian

Dalam model eksternal (*outer model*) dalam penelitian ini yaitu dimensi *e-service quality* yang terdiri dari *website design* dan *security/privacy* yang merupakan konstruk tingkat kedua (*second-order constructs*) dan dioperasionalkan sebagai tipe reflektif-formatif. Setiap atribut *e-service quality* bersifat reflektif, dan dimensi *e-service quality* bersifat formatif [11][17]. Adapun Hipotesis penelitian ini seperti berikut:

H1: *Website Design* berpengaruh positif terhadap *Overall e-Service Quality*.

H2: *Security/Privacy* berpengaruh positif terhadap *Overall e-Service Quality*.

H3: *Fulfillment* berpengaruh positif terhadap *Overall e-Service Quality*.

H4: *Overall e-Service Quality* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.

H5: *Sense of Belonging* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.

H6: *User Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*

Populasi yang mewakili target audiens penelitian ini sebanyak 5500 individu yang berasal dari server komunitas Discord ‘Perkumpulan Orang Santai’ yang beranggotakan orang-orang dari seluruh Indonesia. Responden penelitian ini terbatas pada server Discord Perkumpulan Orang Santai dan tidak dapat digeneralisasi sebagai representasi dari seluruh pengguna Discord. Penelitian ini menggunakan margin kesalahan (margin of error) sebesar 5% [18] dengan menggunakan rumus Slovin, total sampel penelitian ini dapat pilih menjadi 372,8, dibulatkan menjadi 373 responden. Tabel 1 demografi responden menampilkan berdasarkan usia (13-17 tahun, 18-22 tahun, 23-27 tahun, 28 tahun/keatas), jenis kelamin (Pria, Wanita, memilih untuk tidak menjawab), pendidikan terakhir (SMA/di bawahnya, D3/D4), Sarjana Terapan/Sarjana Muda (D4/S1), Magister/keatas), Gaji (Rp 0,00 s/d Rp 6.000.000,00), tahun menjadi pengguna aplikasi Discord (0-6 bulan, 7-12 bulan, lebih dari satu tahun), dan sumber informasi Discord (Teman, Keluarga, Kampus/Sekolah, Media Sosial, dan Media Siaran/Cetak).

Jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan secara langsung (data primer). Metode pengumpulan data menggunakan survei/kuesioner yang dibuat di *Google Forms* yang paling populer dalam ilmu sosial. Penelitian ini mendistribusikan tautan kuesioner ke server Discord ‘Perkumpulan Orang Santai’. Jenis pertanyaan dan hanya memiliki satu jawaban yang benar yang dapat diperoleh karena adanya hubungan antara variabel-variabel tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini memilih anggota sampel secara acak dan murni berdasarkan peluang. Oleh karena itu, kualitas sampel tidak terpengaruh karena setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *simple random sampling* dipilih dengan alasan populasinya sangat homogen. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, sebagai alat psikometrik yang

mencakup serangkaian pernyataan hipotesis penelitian yaitu dengan cara meminta persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju (5-point scale).

Tabel 1. Demografi responden (jumlah 373 responden)

Demografi	Pilihan	Frekuensi	Prosentase (%)
Gender	Pria	336	89.6
	Perempuan	35	9.3
	Tidak menjawab	4	1.1
Umur	13-17 tahun	14	3.7
	18-22 tahun	237	63.2
	23-27 tahun	117	31.2
	28 tahun ke atas	7	1.9
Pendidikan	SMA/di bawahnya	177	47.2
	Diploma (D1/D2/D3)	45	12.0
	Sarjana Terapan/Sarjana Muda (D4/S1)	153	40.8
	Gelar Magister/di atasnya	0	0
Gaji	Rp 0.00 - Rp 2,000,000.00	177	47.2
	Rp 2,000,001.00 - Rp 4,000,000.00	116	30.9
	Rp 4,000,001.00 - Rp 6,000,000.00	71	18.9
	Lebih dari Rp 6,000,000.00	11	2.9
Tingkat Pemakaian/ bulan	1-5	29	7.7
	6-10	66	17.6
	11-15	84	22.4
	Lebih dari 15	196	52.3
Sumber informasi discord	Teman	146	38.9
	Keluarga	8	2.1
	Sekolah/Universitas	24	6.4
	Media Sosial	197	52.5

(Sumber: Hasil Penelitian 2023)

Konstruksi eksogen terdiri dari *website design, security/privacy, fulfillment, dan sense of belonging* dan konstruksi endogen terdiri dari *overall e-service quality, user satisfaction, dan intention to use*. Penelitian ini mengadopsi konstruksi tingkat tinggi (*higher-order constructs*) untuk dua dimensi e-service quality (*Website Design dan Security/Privacy*). Penggunaan konstruksi tingkat tinggi ini untuk memudahkan konseptualisasi konstruksi pada dimensi tingkat tinggi yang lebih abstrak dan subdimensi tingkat rendah yang lebih spesifik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menangkap hubungan yang kompleks antara konstruksi [19]. Hubungan antara konstruksi orde pertama (*first-order constructs*) dan indikatornya masing-masing direpresentasikan sebagai reflektif. Sementara itu, hubungan antara konstruksi orde pertama dengan konstruksi orde kedua (*second-order constructs*) dideskripsikan sebagai formatif. Oleh karena itu uji multikolinearitas, signifikansi, dan tanda bobot juga diukur [11]. Kriteria evaluasi dalam pendekatan dua tahap tertanam dipisahkan menjadi dua tahap utama. Terdapat dua penilaian yang harus dilakukan. Langkah pertama adalah memvalidasi model pengukuran reflektif dan formatif. Setelah konstruksi ini divalidasi. Selanjutnya langkah kedua model struktural dianalisis untuk menguji kolinearitas, signifikansi, dan relevansi koefisien jalur.

Pada langkah pertama pendekatan meliputi dua tahap yaitu validitas konvergen, reliabilitas, dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dinilai menggunakan pemuatan faktor, Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability/CR*) dan Ekstraksi Varians Rata-rata (*Average Variance Extracted/AVE*). Disarankan sebagai ideal jika pemuatan faktor (*loading factor*) setiap indikator lebih dari 0,5 dan idealnya 0,7 atau lebih tinggi, *reliabilitas komposit (CR)* melebihi 0,70, dan *AVE* melebihi 0,50 [11][20][21]. *Alpha Cronbach* juga dievaluasi untuk menguji konsistensi reliabilitas

instrumen. Nilai *alpha Cronbach* yang direkomendasikan adalah 0,7 atau lebih tinggi, tetapi 0,6 atau lebih tinggi juga dapat diterima [21].

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

Karena sifat model yang kompleks, analisis dibagi menjadi dua langkah menggunakan pendekatan dua tahap pada tahap analisis data yaitu pengukuran pada model reflektif dan formatif, dan pengukuran model struktural. Pengukuran meliputi penentuan Validitas dan Reliabilitas Konvergen, kemudian penentuan Validitas Diskriminan. Penentuan Validitas dan Reliabilitas konvergen dievaluasi menggunakan *loading factor*, *Composite Reliability (CR)*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Validitas konvergen dianggap ideal jika *loading factor* indikator individual lebih tinggi dari 0,5 dan idealnya 0,7 atau lebih tinggi, *composite reliability* melebihi 0,70, dan AVE melebihi 0,50. Pada tabel 2 menunjukkan semua *loading factor*, berkisar antara 0,724 hingga 0,924. Hal ini menunjukkan bahwa semua konstruk reflektif memiliki *loading factor* yang dapat diterima. Lebih jauh, evaluasi semua nilai CR dan AVE dari semua konstruk reflektif telah memenuhi kriteria, dengan CR berkisar antara 0,703 hingga 0,894 dan AVE berkisar antara 0,626 hingga 0,846. Semua konstruk *first-order* telah memenuhi ambang batas nilai *alpha Cronbach* yang dapat diterima (0,70). Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran terbukti andal dan konsisten karena semua nilai *alpha Cronbach* berkisar antara 0,701 hingga 0,893.

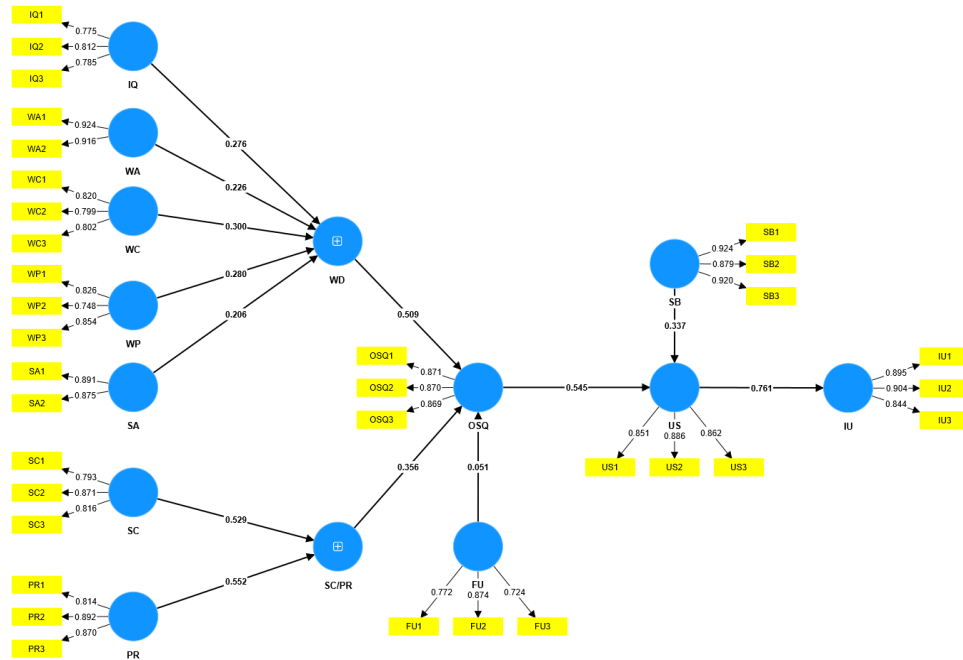
Tabel 2. Hasil Penilaian Validitas Konvergen

<i>Construct</i>	<i>Item</i>	<i>Loading</i>	<i>Cronbach's a</i>	<i>CR</i>	<i>AVE</i>	<i>Description</i>
<i>Information Quality (IQ)</i>	IQ1	0.775	0.701	0.834	0.626	Diterima
	IQ2	0.812				
	IQ3	0.785				
<i>Website Aesthetics (WA)</i>	WA1	0.924	0.818	0.917	0.846	Diterima
	WA2	0.916				
<i>Website Convenience (WC)</i>	WC1	0.820	0.733	0.849	0.652	Diterima
	WC2	0.799				
	WC3	0.802				
<i>Website Personalization (WP)</i>	WP1	0.826	0.738	0.852	0.657	Diterima
	WP2	0.748				
	WP3	0.854				
<i>System Availability (SA)</i>	SA1	0.891	0.718	0.876	0.78	Diterima
	SA2	0.875				
<i>Security (SC)</i>	SC1	0.793	0.769	0.867	0.685	Diterima
	SC2	0.871				
	SC3	0.816				
<i>Privacy (PR)</i>	PR1	0.814	0.822	0.894	0.738	Diterima
	PR2	0.892				
	PR3	0.870				
<i>Fulfillment (FU)</i>	FU1	0.772	0.703	0.834	0.628	Diterima
	FU2	0.874				
	FU3	0.724				
<i>Overall e-Service Quality (OSQ)</i>	OSQ1	0.871	0.840	0.903	0.757	Diterima
	OSQ2	0.870				
	OSQ3	0.869				
<i>Sense of Belonging (SB)</i>	SB1	0.924	0.893	0.933	0.824	Diterima
	SB2	0.879				
	SB3	0.920				
<i>User Satisfaction (US)</i>	US1	0.851	0.834	0.90	0.751	Diterima
	US2	0.886				

<i>Construct</i>	<i>Item</i>	<i>Loading</i>	<i>Cronbach's a</i>	<i>CR</i>	<i>AVE</i>	<i>Description</i>
	US3	0.862				
<i>Intention to Use (IU)</i>	IU1	0.895	0.857	0.913	0.777	Diterima
	IU2	0.904				
	IU3	0.844				

Setelah tahap validitas konvergen, reliabilitas, dan validitas diskriminan, selanjutnya penentuan Validitas Diskriminan. Pada tahap ini menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan *cross-loading* yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan. Validitas diskriminan ditetapkan jika akar kuadrat AVE dalam variabel indikator terkaitnya harus lebih besar daripada korelasi apa pun dengan konstruk lain dalam model yang sama[11]. Tabel 3 menunjukkan tabel matriks kriteria *Fornell-Larcker* dengan korelasi konstruk lain, dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa setiap pemuatan indikator (*indikator loading*) memiliki nilai lebih besar daripada semua *cross-loading*-nya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan telah ditetapkan. Output grafis dari model luar pada gambar 2 menunjukkan bahwa semua konstruk reflektif memiliki *loading factor* yang memadai dan lulus uji validitas konvergen.

Kemudian dilanjutkan penilaian Model Pengukuran Formatif, penilaian kedua memvalidasi konstruk formatif. Skor konstruk laten digunakan sebagai indikator untuk konstruk second-order. Uji signifikansi, bobot faktor, dan multikolinearitas dilakukan pada langkah ini. Jika nilai VIF lebih besar dari 5.0 atau lebih menunjukkan adanya masalah kolinearitas. Dari hasil nilai VIF konstruk first-order berkisar antara 1,747 sampai 2,818, yang menunjukkan tidak adanya masalah kolinearitas. Bobot indikator konstruk *first-order* untuk pengujian signifikansi. Evaluasi bobot luar (outer weights) dilakukan untuk menemukan nilai t-statistik dan nilai-p dengan analisis bootstrap menggunakan pedoman PLS-SEM dengan 5000 sampel, tingkat signifikansi 5%, tipe dua ekor, dan metode bias-corrected dan accelerated (BCa). Untuk menguji signifikansi suatu konstruk, aturan umumnya adalah memiliki nilai t-statistik di atas 1,96 dan nilai $p < 0,05$ [22][23]. Namun, salah satu konstruk *first-order* (*Website Aesthetics/WA*) memiliki nilai t-statistik di bawah 1,96 (0,443) dan nilai p lebih tinggi dari 0,05 (0,658). Dalam hal ini, kontribusi absolut dari indikator konstruk formatif ini ditentukan dengan mengevaluasi pemuatan indikatornya. Nilai *loading factor* formatif paling sedikit 0,5 atau lebih besar untuk menentukan apakah suatu indikator memberikan kontribusi absolut yang cukup untuk membentuk konstruk, meskipun tidak memiliki kontribusi relatif. Pada tabel 3 menunjukkan bahwa pemuatan luar konstruk *second-order* semuanya di atas 0,5, termasuk *Website Aesthetics* (0,655). Oleh karena itu, indikator ini tetap digunakan karena menunjukkan bahwa indikator ini memberikan kontribusi yang memadai untuk konstruk *second-order*, meskipun tidak signifikan.



Gambar 2. Output Grafis Pengukuran Model Luar (Outer model)

Keterangan : FU: Fulfillment; IQ: Information Quality; IU: Intention to Use; OSQ: Overall e-Service Quality; PR: Privacy; SA: System Availability; SB: Sense of Belonging; SC: Security; US: User Satisfaction; WA: Website Aesthetics; WC: Website Convenience; WP: Website Personalization.

Tabel 3. Factor Loadings dari konstruk Second-order

No	Konstruk	Factor loadings	Penjelasan
1	IQ → Website Design	0.800	Diterima
2	WA → Website Design	0.655	Diterima
3	WC → Website Design	0.808	Diterima
4	WP → Website Design	0.806	Diterima
5	SA → Website Design	0.739	Diterima
6	SC → Security/Privacy	0.967	Diterima
7	PR → Security/Privacy	0.868	Diterima

Selanjutnya dilakukan evaluasi Model Struktural yang memerlukan empat kriteria untuk mengevaluasi kemampuan prediktif model, yaitu koefisien determinasi (R^2), redundansi validasi silang (Q^2), ukuran efek (f^2), dan koefisien jalur [22]. Nilai R^2 menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilainya berkisar antara 0 hingga 1, dengan tingkat yang lebih tinggi menunjukkan akurasi prediktif yang lebih kuat. Rekomendasi umum nilai R^2 0,75, 0,50, dan 0,25 dalam riset pemasaran dapat dianggap substansial, sedang, dan lemah. Semua nilai R^2 yang disesuaikan dalam penelitian ini cukup terpenuhi (sufficient) $R^2 = 57,8\%$ untuk IU, $R^2 = 64,3\%$ untuk OSQ, dan $R^2 = 67,1\%$ untuk US.

Uji Redundansi yang Divalidasi Silang (Q^2) atau uji Q-square dilakukan untuk menguji relevansi prediktif dari konstruk endogen. Sebagai aturan praktis, nilai $Q^2 > 0$ untuk konstruk endogen tertentu menunjukkan bahwa model jalur memiliki relevansi prediktif yang memadai untuk konstruk tertentu. Nilai Q^2 diperoleh menggunakan fungsi *PLS predict* dalam perangkat lunak SmartPLS 4. Perhitungan nilai Q^2 predict diperoleh hasil OSQ= 0.632, US=0.621, dan

IU=0.513. Hal ini menunjukkan bahwa semua konstruk endogen dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria ini.

Uji ukuran efek (f^2) dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel. Secara khusus, uji ukuran efek digunakan untuk memeriksa perubahan r-kuadrat ketika konstruk prediktor tertentu dihilangkan dari model. Hasil perhitungan nilai f^2 menunjukkan $FU \rightarrow OSQ=0.004$, $OSQ \rightarrow US=0.448$, $SB \rightarrow US=0.172$, $SC/PR \rightarrow OSQ=0.209$, $US \rightarrow IU=1.376$, $WD \rightarrow OSQ=0.475$. Sebagai aturan umum, nilai f^2 sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 dapat diartikan sebagai efek kecil, sedang, dan besar, sedangkan nilai di bawah 0,02 dapat dianggap tidak ada efek. Semua prediktor konstruk menunjukkan ukuran efek sedang hingga besar, kecuali untuk Pemenuhan/Fulfillment (FU), yang menunjukkan tidak ada efek (0,004) pada Overall Service Quality (OSQ).

Penilaian berikutnya adalah koefisien jalur (*path coefficients*). Penilaian ini menguji signifikansi dan kekuatan hubungan antara konstruk laten dan untuk menguji hipotesis. Koefisien jalur biasanya berkisar dari -1 hingga +1 dalam hal relevansi. Nilai koefisien yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Sebaliknya, semakin dekat ke -1, semakin menunjukkan hubungan negatif yang kuat. Statistik-t dan nilai p juga dipertimbangkan untuk menguji signifikansi antara konstruk. Aturan praktisnya adalah nilai statistik t harus lebih dari 1,96 dan nilai p kurang dari 0,05 agar dianggap signifikan secara statistik [22]. Pengujian ini dilakukan menggunakan analisis *bootstrap* menggunakan metode pedoman yang sama dengan 5000 sampel, tingkat signifikansi 5%, tipe dua sisi, dan metode *bias-corrected* dan *accelerated (BCa)* [23]. Hasil koefisien jalur dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Path Coefficients, T-statistics, dan p-values

	Path coefficient	Sample mean	Standard deviation	T-stat	p-value
WD \rightarrow OSQ	0.515	0.516	0.045	11.482	0
SC/PR \rightarrow OSQ	0.358	0.354	0.045	7.994	0
FU \rightarrow OSQ	0.046	0.05	0.046	1.002	0.316
OSQ \rightarrow US	0.545	0.544	0.047	11.585	0
SB \rightarrow US	0.337	0.34	0.048	7.069	0
US \rightarrow IU	0.761	0.761	0.027	27.848	0

2. PEMBAHASAN

Berdasarkan pada Tabel 4 tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- H1: *Website Design* berdampak positif *Overall e-Service Quality*
Website Design (WD) signifikan secara statistik (nilai statistik-t 11,482 dan nilai-p 0) dan menunjukkan korelasi positif dengan *Overall e-Service Quality* secara keseluruhan sebesar 0,515. Hipotesis didukung.
- H2: *Security/Privacy* berdampak positif pada *Overall e-Service Quality*
Security/Privacy (SC/PR) signifikan secara statistik (nilai statistik-t 7,994 dan nilai-p 0) dan menunjukkan korelasi positif dengan *Overall e-Service Quality* sebesar 0,358. Hipotesis didukung.
- H3: *Fulfillment* berdampak positif pada *User Satisfaction*
Fulfillment (FU) tidak signifikan secara statistik (nilai statistik-t 1,002 dan nilai-p 0,316) dan menunjukkan korelasi positif kecil dengan *Overall e-Service Quality* sebesar 0,046. Hipotesis tidak didukung.

- H4: *Overall e-Service Quality* berdampak positif terhadap *User Satisfaction*. *Overall e-Service Quality* (OSQ) signifikan secara statistik (nilai t-statistik 11,585 dan nilai-p 0) dan menunjukkan korelasi positif dengan *User Satisfaction* sebesar 0,545. Hipotesis didukung.
- H5: *Sense of Belonging* secara positif memengaruhi *User Satisfaction*. *Sense of Belonging* (SB) signifikan secara statistik (nilai t-statistik 7,069 dan nilai-p 0) dan menunjukkan korelasi positif dengan *User Satisfaction* sebesar 0,337. Hipotesis didukung.
- H6: *User Satisfaction* secara positif memengaruhi *Intention to Use*. *User Satisfaction* (US) signifikan secara statistik (nilai t-statistik 27,848 dan nilai-p 0) dan menunjukkan korelasi positif dengan *Intention to Use* (IU) sebesar 0,761. Hipotesis didukung.

Output grafis dari koefisien jalur dan nilai-p dari model dalam, nilai-t dari model luar, dan nilai r-kuadrat yang disesuaikan yang dihasilkan menggunakan fitur *Bootstrapping* di SmartPLS 4 dapat dilihat pada gambar 2. Berdasarkan keluaran grafis di atas bahwa setiap konstruk berkorelasi positif, dengan *Website Design* menjadi prediktor paling kuat dari *Overall e-Service Quality*. *Website Design* dan evaluasi *Security/Privacy* konsisten dengan penelitian [11] dan [24]. Namun, evaluasi tersebut menunjukkan bahwa *Fulfillment* tidak berdampak pada *e-Service Quality*, sejalan dengan penelitian [25], yang menyatakan bahwa *Fulfillment* tidak berdampak signifikan pada *e-Service Quality*. *Sense of Belonging* juga disarankan memiliki korelasi positif dengan *User Satisfaction*, konsisten dengan [13]. Dan terakhir, *User Satisfaction* juga berkorelasi positif dengan *Intention to Use*, hal ini sejalan dengan penelitian [15] dan [26]

D. KESIMPULAN

Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh hubungan dimensi *e-Service Quality* dan *Sense of Belonging* terhadap *User Satisfaction*, dan pengaruhnya terhadap *intention to use* aplikasi Discord pada pengguna di Indonesia. Berdasarkan analisis *PLS-SEM* menunjukkan korelasi positif dan signifikan secara statistik kecuali untuk *Fulfillment*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *User Satisfaction* yang lebih tinggi ketika terdapat *e-Service Quality* yang unggul yang dipadukan dengan *Sense of Belonging*, yang pada akhirnya menentukan *Intention to Use* aplikasi Discord. Temuan ini memberikan wawasan bagi pengelola komunitas dan pengembang aplikasi Discord untuk lebih memahami bagaimana *e-Service Quality* dan *Sense of Belonging* terbentuk dan seberapa penting keduanya dalam mempertahankan tingkat *User Satisfaction* yang tinggi, sehingga membantu meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan aplikasi desktop Discord. Untuk memberikan pengalaman pengguna yang luar biasa, pengelola aplikasi Discord harus menjaga interaksi yang lancar antara pengguna yang terdiri dari informasi yang memadai dan personal, fitur interaktif untuk meningkatkan *Sense of Belonging* di Discord, konten dan tata letak yang menarik secara visual, fitur bantuan dan pemantauan berkelanjutan terhadap waktu aktif dan ketersediaan aplikasi. Pengelola aplikasi juga harus memberi kepastian dan menjamin *security/privacy* informasi pribadi pengguna.

E. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. L. Arifianto and I. F. Izzudin, "Students' Acceptance of Discord as an Alternative Online Learning Media," *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, vol. 16, no. 20, pp. 179–195, 2021, doi: 10.3991/ijet.v16i20.22917.

- [2] R. Q. Rohmansa, N. Pratiwi, and M. J. Palepa, "Analisis Sentimen Ulasan Pengguna Aplikasi Discord Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor," *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 9, no. 1, pp. 368–378, Feb. 2024, doi: 10.29100/jupi.v9i1.4943.
- [3] S. Lauricella, C. Craig, and R. Kay, "Examining the Benefits and Challenges of Using Discord in Online Higher Education Classrooms," *Journal of Educational Informatics*, vol. 4, no. 2, pp. 20–31, Jan. 2023, doi: 10.51357/jei.v4i2.225.
- [4] C. Craig and R. Kay, "Examining the Discord Application in Higher Education: A Systematic Review of the Literature," *Journal of Digital Life and Learning*, vol. 2, no. 2, pp. 52–66, Jan. 2023, doi: 10.51357/jdll.v2i2.205.
- [5] S. Dhawan, "Online Learning: A Panacea in the Time of COVID-19 Crisis," *Journal of Educational Technology Systems*, vol. 49, no. 1, pp. 5–22, Sep. 2020, doi: 10.1177/0047239520934018.
- [6] S. Hoevers, "Discourse on Discord: An analysis of relations between users," 2023.
- [7] A. Verma, S. Tyagi, and G. Mathur, "A Comprehensive Review on Bot - Discord Bot," *International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology*, pp. 532–536, Apr. 2021, doi: 10.32628/cseit2172100.
- [8] N. E. Ghazali, "Designing Online Class using Discord based on Community of Inquiry Framework," 2021.
- [9] B. Menegus, "How a Video Game Chat Client Became the Web's New Cesspool of Abuse." Accessed: Nov. 28, 2024. [Online]. Available: <https://web.archive.org/web/20170206233621/http://gizmodo.com/how-a-video-game-chat-client-became-the-web-s-new-cessp-1792039566>
- [10] A. Khalid, "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Discord Menggunakan Metode SERVQUAL," 2019.
- [11] P. Rita, T. Oliveira, and A. Farisa, "The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping," *Heliyon*, vol. 5, no. 10, Oct. 2019, doi: 10.1016/j.heliyon.2019.e02690.
- [12] H. M. Kim, "The Applicability of E-S-QUAL for Assessing the Service Quality of Social Media Services in Academic Libraries," 2015. Accessed: Nov. 28, 2024. [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/190326854.pdf>
- [13] A. A. A. Sharabati, S. Al-Haddad, M. Al-Khasawneh, N. Nababteh, M. Mohammad, and Q. Abu Ghoush, "The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to Use the Application," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 8, no. 3, Sep. 2022, doi: 10.3390/joitmc8030125.
- [14] A. S. Krishen, O. Berezan, S. Agarwal, and P. Kachroo, "Social media networking satisfaction in the US and Vietnam: Content versus connection," *J Bus Res*, vol. 101, pp. 93–103, Aug. 2019, doi: 10.1016/j.jbusres.2019.03.046.
- [15] M. A. Hossain and M. Kim, "Does multidimensional service quality generate sustainable use intention for facebook?," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 10, no. 7, Jul. 2018, doi: 10.3390/su10072283.
- [16] M. J. De Oliveira and M. K. Z. Huertas, "Does Life Satisfaction influence the intention (We-Intention) to use Facebook?," *Comput Human Behav*, vol. 50, pp. 205–210, Sep. 2015, doi: 10.1016/j.chb.2015.03.047.
- [17] M. Blut, "E-Service Quality: Development of a Hierarchical Model," *Journal of Retailing*, vol. 92, no. 4, pp. 500–517, Dec. 2016, doi: 10.1016/j.jretai.2016.09.002.

- [18] I. Etikan and O. Babatope, "A Basic Approach in Sampling Methodology and Sample Size Calculation," *MedLife Clinics*, vol. 1, p. 1006, 2019.
- [19] M. Sarstedt, J. F. Hair, J. H. Cheah, J. M. Becker, and C. M. Ringle, "How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM," *Australasian Marketing Journal*, vol. 27, no. 3, pp. 197–211, Aug. 2019, doi: 10.1016/j.ausmj.2019.05.003.
- [20] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*. 2010. Accessed: Nov. 29, 2024. [Online]. Available: <https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate%20Data%20Analysis.pdf>
- [21] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, "PLS-SEM: Indeed a silver bullet," *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 19, no. 2, pp. 139–152, Apr. 2011, doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.
- [22] J. F. , Hair, G. T. M. , Hult, C. M. , Ringle, M. , Sarstedt, N. P. , Danks, and S. Ray, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing., 2021. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- [23] J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. M. Ringle, "When to use and how to report the results of PLS-SEM," Jan. 14, 2019, *Emerald Group Publishing Ltd*. doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203.
- [24] K. Yum and B. Yoo, "The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 15, no. 14, Jul. 2023, doi: 10.3390/su151411214.
- [25] S. Dalbehera, "Measuring Service Quality in Digital Library Services by the Research Scholars of S.O.A. University of Odisha Using E-S-QUAL Model," 2020, pp. 111–126. doi: 10.1108/s2055-364120200000026007.
- [26] C. H. Lien, Y. Cao, and X. Zhou, "Service quality, satisfaction, stickiness, and usage intentions: An exploratory evaluation in the context of WeChat services," *Comput Human Behav*, vol. 68, pp. 403–410, Mar. 2017, doi: 10.1016/j.chb.2016.11.061.