

ABSTRAK

Website *smb.telkomuniversity.ac.id* merupakan gerbang utama informasi pendaftaran mahasiswa baru Telkom University yang memengaruhi persepsi awal calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna pada website tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain deskriptif-korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert kepada 129 responden yang telah mengakses website *smb.telkomuniversity.ac.id*. Variabel *user experience* diukur melalui empat dimensi: navigasi, tampilan antarmuka, kecepatan akses, dan kemudahan menemukan informasi. Variabel kepuasan pengguna diukur melalui dua dimensi: efisiensi dan layanan. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan seluruh item pernyataan valid ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ 0,173) dan reliabel (Cronbach's Alpha = 0,925). Hasil analisis deskriptif menunjukkan skor rata-rata *user experience* sebesar 83,76% (kategori sangat baik) dan kepuasan pengguna sebesar 84,12% (kategori sangat baik). Hasil analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan $Y = 12,843 + 0,689X$, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,588, yang berarti *user experience* berkontribusi 58,8% terhadap kepuasan pengguna. Uji-t menunjukkan nilai $t\text{-hitung}$ 12,606 $>$ $t\text{-tabel}$ 1,978 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas navigasi, tampilan, kecepatan, dan kemudahan informasi pada website dapat secara langsung meningkatkan efisiensi dan persepsi layanan, sehingga berdampak positif terhadap kepuasan calon mahasiswa.

Kata Kunci: *user experience*, kepuasan pengguna, navigasi, tampilan, kecepatan akses, informasi