

Analisis pandangan dan tanggapan pengguna terhadap chatbot berbasis ai: studi kasus chatgpt

Airin Manik¹, Oswald Tobias Rafaello Siahaan², Jordan Kelvin Gabriel Siregar^{3*}

^{1,2,3}Informatika, Fakultas Teknologi Ilmu dan Komputer, Universitas Satya Terra Bhinneka, Medan, Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) telah mendorong pemanfaatan chatbot sebagai media interaksi digital, salah satunya ChatGPT yang banyak digunakan oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan tingkat kepuasan pengguna terhadap penggunaan ChatGPT berdasarkan ulasan pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan **mixed-method**, yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif diperoleh dari rating pengguna dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta uji distribusi dengan bantuan IBM SPSS, sedangkan data kualitatif berupa komentar pengguna dianalisis menggunakan analisis isi untuk mengidentifikasi tema dan pola persepsi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memberikan persepsi positif terhadap ChatGPT, terutama dari aspek kemudahan penggunaan, kecepatan respons, dan manfaat fungsional. Namun demikian, masih ditemukan beberapa keluhan terkait akurasi jawaban dan pemahaman konteks yang kompleks. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun ChatGPT dinilai mampu meningkatkan pengalaman pengguna, peningkatan kualitas respons dan stabilitas sistem masih diperlukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian kepuasan pengguna chatbot berbasis AI serta kontribusi praktis bagi pengembang dalam meningkatkan kualitas layanan chatbot.

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci:
Analisis Sentimen, Chatbot,
Chatgpt, Kecerdasan Buatan,
Persepsi Pengguna.

Histori:
Received: 16 January 2026
Accepted: 4 February 2026
Published: 10 February 2026

* Corresponding Author at Department of Informatics, Universitas Satya Terra Bhinneka, Medan, Indonesia.
E-mail address: airinmanik1@gmail.com (Airin Manik), siahaanoswald19@gmail.com (Oswald Tobias Rafaello Siahaan), vinnk298@gmail.com (Jordan Kelvin Gabriel Siregar)*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dalam bidang Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu aplikasi AI yang paling banyak digunakan adalah chatbot berbasis AI, yang dirancang untuk berinteraksi dengan pengguna melalui teks atau suara. Chatbot tidak hanya digunakan untuk layanan pelanggan, tetapi juga sebagai asisten virtual, media pembelajaran, dan pendamping produktivitas (Kasneji et al. 2023).

ChatGPT, salah satu chatbot berbasis AI yang populer, dikembangkan oleh OpenAI dan menggunakan teknologi Natural Language Processing (NLP) untuk memberikan respons yang menyerupai percakapan manusia (Fardhina et al. 2025). Aplikasi ini dapat diakses melalui berbagai platform, termasuk website dan Google Playstore/App Store, memudahkan pengguna untuk mengaksesnya di perangkat seluler. Dengan semakin banyak pengguna, ChatGPT menjadi fenomena digital berkat kemampuannya dalam menjawab pertanyaan, membantu menulis teks, dan memberikan solusi terhadap berbagai masalah.

Namun, peningkatan popularitasnya juga diikuti oleh beragam pandangan dan tanggapan pengguna. Beberapa pengguna merasa terbantu dalam menyelesaikan permasalahan dan memperluas wawasan, sementara yang lain mengkritik keterbatasannya dalam memahami konteks mendalam. Ulasan pengguna di Google Playstore menjadi sumber data penting untuk memahami manfaat, kendala, dan tingkat kepuasan terhadap chatbot berbasis AI ini.

Penelitian ini menggunakan data dari rating dan ulasan pengguna di Google Playstore, serta komentar pengguna, untuk memberikan gambaran komprehensif tentang persepsi pengguna terhadap ChatGPT. Pendekatan ini diambil agar hasil penelitian dapat menyajikan perspektif yang lebih holistik, mencakup kepuasan (angka) dan pendapat (makna).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya memahami perilaku pengguna terhadap teknologi berbasis AI. Penelitian oleh Nasikhah, Wijaya, & Rahayu dalam Jurnal Sosioteknologi mengungkapkan bahwa penggunaan chatbot di sektor publik dapat meningkatkan efisiensi layanan masyarakat (Difusi and Teknologi 2022). Penelitian dalam International Journal of Multidisciplinary Research EduTeach, juga menunjukkan bahwa ChatGPT banyak digunakan oleh pelajar dan mahasiswa (Viorennita, Dewi, and Riyana 2023). Namun, sedikit penelitian yang menggabungkan analisis rating dan isi ulasan untuk menilai secara keseluruhan pandangan pengguna terhadap ChatGPT.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pandangan dan tanggapan pengguna terhadap ChatGPT, melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dengan mengkaji tingkat kepuasan pengguna berdasarkan rating serta persepsi pengguna berdasarkan isi ulasan. Pendekatan ini penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penerimaan masyarakat terhadap chatbot berbasis AI, karena evaluasi sistem berbasis kecerdasan buatan tidak hanya bergantung pada pengukuran numerik, tetapi juga pada pengalaman dan interpretasi pengguna secara subjektif (Fitriyono, Indriati, and Ristyawan 2025). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan dan peningkatan kualitas sistem chatbot di masa depan agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Artificial intelligence dan teknologi chatbot

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, khususnya dalam pengembangan sistem interaksi berbasis komputer seperti chatbot. Chatbot merupakan aplikasi yang dirancang untuk mensimulasikan percakapan manusia melalui pemrosesan bahasa alami atau *Natural Language Processing* (NLP). Menurut (Dwivedi et al., 2023), perkembangan AI generatif dan chatbot percakapan telah memperluas fungsi chatbot dari sekadar penyedia informasi menjadi asisten cerdas yang mampu mendukung proses pembelajaran, pengambilan keputusan, serta peningkatan produktivitas. Dalam konteks layanan digital, penggunaan chatbot dinilai mampu meningkatkan efisiensi operasional serta kualitas pengalaman pengguna.

2.2 Chatgpt sebagai agen percakapan berbasis ai

ChatGPT merupakan salah satu chatbot berbasis AI yang dikembangkan dengan teknologi *transformer-based language model*. Kemampuannya dalam menghasilkan respons yang koheren dan kontekstual menjadikannya populer di berbagai kalangan pengguna. Namun, meskipun memiliki kapabilitas teknis yang tinggi, beberapa penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT masih menghadapi tantangan terkait akurasi jawaban, pemahaman konteks yang kompleks, serta stabilitas sistem (Fitriyono et al. 2025). Hal ini mengindikasikan bahwa kecanggihan teknologi semata belum tentu menjamin persepsi positif dari pengguna, sehingga evaluasi berbasis pengalaman pengguna menjadi semakin penting.

2.3 Persepsi dan kepuasan pengguna

Persepsi pengguna merujuk pada penilaian subjektif individu terhadap suatu sistem berdasarkan pengalaman, harapan, serta kinerja yang dirasakan. Dalam konteks aplikasi digital, persepsi memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan keberlanjutan penggunaan. (Viorennita et al. 2023) menyatakan bahwa persepsi positif terhadap teknologi berbasis AI sangat dipengaruhi oleh tingkat kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Sementara itu, kepuasan pengguna menggambarkan sejauh mana suatu sistem mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pengguna. Penelitian oleh (E-commerce, Yanesya, and Tjokrosaputro 2024) menunjukkan bahwa kualitas respons chatbot, khususnya dari aspek akurasi, relevansi, dan kecepatan, memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Dengan demikian, persepsi dan kepuasan pengguna menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan implementasi chatbot berbasis AI.

2.4 Analisis ulasan dan sentimen pengguna

Ulasan pengguna pada platform digital seperti Google Play Store merupakan sumber data yang bernilai dalam memahami pengalaman nyata pengguna. Analisis sentimen menjadi pendekatan yang banyak digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan sikap pengguna, baik positif maupun negatif, terhadap suatu aplikasi. (Arifin et al. 2025) menyatakan bahwa penggabungan analisis kuantitatif terhadap rating dengan analisis kualitatif terhadap isi komentar memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai

tingkat kepuasan dan persepsi pengguna. Pendekatan ini memungkinkan peneliti tidak hanya memahami tingkat kepuasan secara numerik, tetapi juga alasan di balik penilaian tersebut.

2.5 Studi terdahulu tentang chatbot

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji penerimaan dan dampak penggunaan chatbot dalam berbagai konteks. Nasikhah et al. (2022) menemukan bahwa penggunaan chatbot dalam layanan publik mampu meningkatkan efisiensi pelayanan, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas respons yang diberikan sistem. Penelitian lain oleh (Rivaldy et al. 2025) yang menggunakan model UTAUT2 menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja menjadi faktor utama dalam penerimaan ChatGPT oleh mahasiswa. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek penerimaan teknologi atau performa sistem secara terpisah, dan belum banyak yang mengintegrasikan analisis data rating dengan interpretasi mendalam terhadap komentar pengguna.

2.6 Kesenjangan penelitian dan posisi studi

Berdasarkan telaah literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti efektivitas chatbot dari sudut pandang teknologis maupun perilaku pengguna secara terpisah. Namun, masih terbatas penelitian yang mengombinasikan analisis kuantitatif terhadap tingkat kepuasan pengguna dengan analisis kualitatif terhadap persepsi yang tercermin dalam ulasan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menerapkan pendekatan *mixed-method* yang mengintegrasikan analisis statistik terhadap rating pengguna dan analisis tematik terhadap komentar pengguna. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai bagaimana pengguna memandang ChatGPT serta faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan dan ketidakpuasan mereka.

2.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna chatbot ai

Kepuasan pengguna terhadap chatbot berbasis Artificial Intelligence tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pengalaman pengguna. Beberapa penelitian terkini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), serta kepercayaan (*trust*) merupakan determinan utama kepuasan pengguna chatbot.

(Sartika 2025) menemukan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap chatbot sangat dipengaruhi oleh konsistensi jawaban dan kemampuan sistem dalam menjaga privasi data.

2.8 Kualitas sistem dan informasi

Kualitas sistem dan kualitas informasi merupakan dua dimensi penting dalam menilai keberhasilan implementasi chatbot berbasis AI. Kualitas sistem mencakup aspek keandalan, kecepatan respons, serta stabilitas aplikasi, sedangkan kualitas informasi berkaitan dengan tingkat akurasi, relevansi, dan kelengkapan jawaban yang diberikan chatbot.

Penelitian oleh (Customer et al. 2024) menunjukkan bahwa kecepatan respons chatbot memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi profesionalitas layanan, sedangkan kualitas informasi berkontribusi langsung

terhadap tingkat kepuasan pengguna. Hal ini diperkuat oleh temuan (Misidawati 2024) yang menyatakan bahwa sistem chatbot yang mampu memberikan respons cepat namun tidak akurat justru berpotensi menurunkan kepercayaan pengguna. Oleh karena itu, keseimbangan antara performa teknis dan kualitas konten menjadi kunci keberhasilan chatbot AI dalam konteks layanan digital.

2.9 Trust dan keamanan data

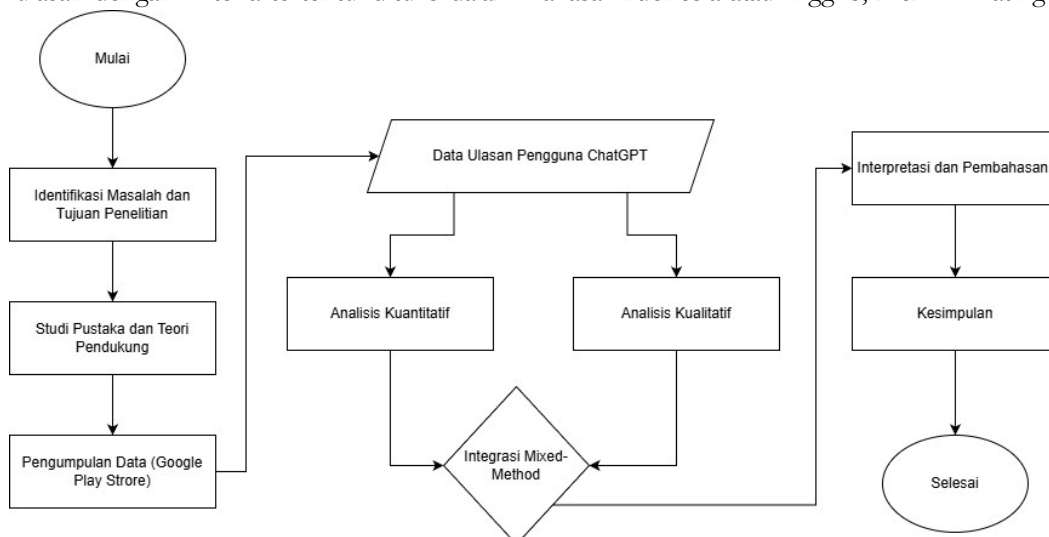
Dalam era digital, kepercayaan menjadi faktor krusial dalam adopsi teknologi berbasis AI, termasuk chatbot. Pengguna tidak hanya menilai chatbot dari segi fungsionalitas, tetapi juga dari aspek keamanan dan etika penggunaan data.

(Marjerison et al. 2025) menekankan bahwa persepsi risiko dan keamanan data memiliki hubungan negatif dengan tingkat penerimaan chatbot. Semakin tinggi kekhawatiran pengguna terhadap privasi, semakin rendah tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem. Di sisi lain, (Sartika, 2025) menunjukkan bahwa transparansi sistem, seperti kejelasan mengenai penggunaan data dan batasan kemampuan chatbot, mampu meningkatkan rasa aman serta kepercayaan pengguna. Dengan demikian, aspek keamanan data dan etika AI perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan chatbot berbasis kecerdasan buatan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Prosedur pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan teknik purposive sampling untuk mengambil data ulasan pengguna aplikasi ChatGPT di Google Playstore. Sampel yang digunakan terdiri dari 50-100 ulasan dengan kriteria tertentu: ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Inggris, memiliki rating bintang



Gambar 1. Kerangka Alur Penelitian

1-5, mengandung pengalaman pengguna, dan ditulis pada tahun 2025 (Aulia, Fikri, and Ridho 2025). Penelitian ini dilakukan secara online dengan mengambil data sekunder yang bersumber dari platform Google Playstore, pada bagian ulasan pengguna aplikasi ChatGPT (Wimelius, Keil, and Holmström 2020).

Dari diagram diatas, identifikasi masalah dilakukan dengan mengkaji tren penggunaan chatbot AI, khususnya fenomena ChatGPT. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat teori dan kerangka penelitian. Data ulasan pengguna diperoleh dari Google Playstore sebagai sumber data sekunder, sebagaimana digunakan dalam penelitian penerimaan teknologi berbasis aplikasi. Analisis kuantitatif menggunakan SPSS diterapkan untuk mengukur tingkat kepuasan berdasarkan rating, sementara analisis kualitatif digunakan untuk menafsirkan isi komentar pengguna. Metode penelitian yang terintegrasi (mixed-method) menggabungkan kedua hasil analisis tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif (Dasar et al. 2025), (Rivaldy et al. 2025). Kesimpulan diambil berdasarkan hasil gabungan kedua analisis ini.

3.2 Teknik analisis

Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dari ulasan pengguna yang tersedia di Google Play Store, kemudian diproses dan dianalisis untuk kepuasan (rating) dan persepsi (sentimen komentar). Pendekatan ini telah banyak digunakan dalam penelitian analisis ulasan aplikasi seperti analisis sentimen ulasan Google Play Store menggunakan SVM (Arifin et al. 2025). Kemudian dikelompokkan ke dalam lembar kerja untuk analisis kuantitatif dan kualitatif

3.2.1 Analisis data

Untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai persepsi dan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi ChatGPT, penelitian ini menggunakan dua pendekatan analisis data, yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data numerik berupa rating pengguna dengan tujuan menggambarkan kecenderungan tingkat kepuasan secara statistik. Sementara itu, pendekatan kualitatif diterapkan untuk menelaah isi komentar pengguna guna memahami makna, pengalaman, serta penilaian subjektif yang tidak dapat sepenuhnya direpresentasikan melalui angka. Kedua pendekatan tersebut dipilih agar hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif secara numerik, tetapi juga mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pengguna. Rincian metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Data

Metode Analisis Data	Keterangan
Analisis Kuantitatif	Menggunakan IBM SPSS untuk menghitung statistik deskriptif, analisis korelasi, dan uji distribusi untuk menggambarkan tingkat kepuasan pengguna.
Analisis Kualitatif	Menggunakan analisis isi untuk mengidentifikasi tema dan pola dalam komentar pengguna, yang kemudian dipresentasikan dengan kutipan langsung.

3.2.2 Definisi Variabel Operasional

Definisi variabel operasional berfungsi untuk menjelaskan secara rinci konsep-konsep penelitian agar dapat secara empiris. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel utama, yaitu variabel persepsi pengguna (X) dan kepuasan pengguna (Y) pada tabel 2.

Tabel 2. Variabel Operasional X dan Y

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Pengguna (X)	Penilaian subjektif pengguna terhadap ChatGPT berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan penggunaan 2. Kecepatan respon 3. Keakuratan jawaban 4. Relevansi konten 5. Kenyamanan interaksi 	Skala Likert 1-5 (Sangat tidak setuju – sangat setuju)
Kepuasan Pengguna (Y)	Tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan ChatGPT. Diukur melalui rating Bintang dan isi komentar positif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rating bintang 2. Ekspresi positif dalam komentar 3. Loyalitas atau rekomendasi pengguna 	Skala interval (1-5 bintang) + analisis kualitatif

Data persepsi diperoleh dari isi opini pengguna melalui analisis kualitatif tematik, sementara data kepuasan dikumpulkan berdasarkan rating pengguna di Google Playstore yang dianalisis secara kuantitatif.

3.2.3 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan. Dalam penelitian ini digunakan 2 jenis instrumen yaitu, instrumen kuantitatif dan instrumen kualitatif:

a. Instrumen Kuantitatif (lembar data SPSS)

Berupa lembar kerja data yang berisi :

1. ID ulasan
2. Rating (1-5 bintang)
3. Jumlah kata per ulasan
4. Waktu unggah ulasan

Data ini dimasukkan ke dalam SPSS versi 25 untuk dianalisis menggunakan statistic deskriptif dan korelasi.

b. Instrumen Kualitatif (Analisis Isi)

1. Berupa lembar kategorisasi komentar, yang mencatat tema dominan komentar pengguna
2. Peneliti membaca seluruh ulasan dan memberikan kode berdasarkan topik seperti “kemudahan penggunaan”, “ketepatan jawaban” dan “kelemahan AP”.
3. Data kualitatif ini kemudian diinterpretasikan menjadu temuan tematik.

Instrumen kedua ini saling melengkapi. SPSS membantu menggambarkan pola numerik kepuasan, sedangkan analisis isi membantu menjelaskan makna dibalik data numerik(Vaismoradi et al. 2013).

4. HASIL DAN DISKUSI

4.1 Penyajian data penelitian

Hasil Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai-nilai rating pengguna berada pada angka 2.99, yang menindikasikan tingkat kepuasan pengguna pada kategori (rendah, cukup, tinggi). Distribusi rating menunjukkan adanya variasi penilaian signifikan, dengan kecenderungan terhadap munculnya rating ekstrem, yaitu rating rendah dan rating tinggi.

Variasi Rating ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna dalam menggunakan sebuah aplikasi ChatGPT tidak bersifat homogen. Sebagian pengguna juga memberikan penilaian tinggi karena merasa aplikasi membantu dan mudah digunakan. Sebagian pengguna memberikan penilaian tinggi karena merasa aplikasi membantu dan mudah digunakan, sementara yang lain memberikan penilaian rendah karena merasa tidak puas atau ketidakpuasan ekspektasi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Zifora Yanesya Takaria juga menjelaskan bahwa kualitas respons chatbot memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna, yang tercermin melalui pemberian rating aplikasi (E-commerce et al. 2024).

4.2 Penyajian data kuantitatif

Data kuantitatif dikumpulkan melalui rating bintang (1-5) yang diberikan pengguna ChatGPT di Google Playstore. Data tersebut akan merepresentasikan Tingkat kepuasan pengguna terhadap performa aplikasi ChatGPT. Variabel dalam data kuantitatif ini meliputi:

1. Rating pengguna
2. Jumlah kata dalam ulasan
3. Tanggal Ulasan
4. ID pengguna

Data ini kemudian akan diinput ke dalam SPSS agar memperoleh:

- a. Statistik deskriptif
- b. Distribusi frekuensi rating
- c. Korelasi antara rating dan panjang komentar
- d. Visualisasi data (grafik batang, histogram)

Penyajian data kuantitatif memberikan gambaran awal mengenai kecenderungan kepuasan pengguna secara numerik.

4.3 Penyajian data kualitatif

Data Kualitatif berupa komentar pengguna memberikan pendapat lengkap, baik dalam bentuk pujian, keluhan, maupun saran. Data dikumpulkan sebanyak puluhan hingga ratusan komentar, kemudian akan dipilah berdasarkan kelayakan untuk dianalisis.

Setiap komentar diperlakukan sebagai unit analisis dan diberikan kode berdasarkan tema yang muncul. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami konteks dan makna pengalaman pengguna. Contoh indikator yang muncul dalam data:

1. Kemudahan
2. Kecepatan
3. Akurasi
4. Relevansi
5. Kenyamanan

4.4 Hasil analisis kuantitatif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum kecenderungan penilaian pengguna terhadap ChatGPT. Statistik ini mencakup nilai rata-rata, nilai tengah, nilai yang paling sering muncul, standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Rating Playstore					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	31	30.4	30.4	30.4
	Tidak Puas	11	10.8	10.8	41.2
	Netral	18	17.6	17.6	58.8
	Puas	12	11.8	11.8	70.6
	Sangat Puas	30	29.4	29.4	100
	Total	102	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 102 ulasan pengguna aplikasi ChatGPT di Playstore, diketahui bahwa persepsi kepuasan pengguna menunjukkan kecenderungan yang beragam. Kategori Sangat Tidak Puas memiliki frekuensi tertinggi, yaitu sebanyak 31 ulasan (30,4%), diikuti oleh kategori Sangat Puas sebanyak 30 ulasan (29,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa adanya polarisasi penilai lainnya yang merasa sangat puas, sementara sebagiannya merasa sangat tidak puas terhadap ChatGPT.

Kategori Netral tercatat sebanyak 18 ulasan (17,6%) yang menandakan bahwa sebagian pengguna menilai pengalaman penggunaan aplikasi berada pada tingkat biasa atau tidak memberikan kesan yang tidak terlalu menonjol. Sementara itu 11 ulasan (10,8%) dan 12 ulasan (11,8%), yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna dengan tingkat kepuasan ini sedang dan relatif lebih sedikit dibandingkan dengan kategori ekstrem.

Distribusi rating ini memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi ChatGPT tidak bersifat homogen. Perbedaan Penilaian tersebut mencerminkan adanya perbedaan variasi pengalaman pengguna dalam memanfaatkan aplikasi, yang dipengaruhi oleh sebuah faktor- faktor sebagai, kemudahan penggunaan, kecepatan respons, akurasi jawaban, serta kendala dalam teknis yang dialami oleh aplikasi. Hasil ini menegaskan bahwa meskipun aplikasi mampu memberikan kepuasan tinggi bagi sebagian pengguna, masih terdapat juga jumlah yang mengalami ketidakpuasan yang signifikan.

Tabel 4. Korelasi

Correlations			
		Rating Playstore	dari Frekuensi Komentar
Rating dari Playstore	Pearson Correlation	1	-.145
	Sig. (2-tailed)		.147
	N	102	102
Frekuensi Komentar	Pearson Correlation	-.145	1
	Sig. (2-tailed)	.147	
	N	102	102

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson antara Rating dari Playstore dan Frekuensi Komentar, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $-0,145$ dengan nilai signifikan (Sig. (2-tailed)) sebesar $0,147$ serta jumlah data (N) sebanyak 102.

Nilai koefisien korelasi yang bernilai negatif menunjukkan adanya hubungan berlawanan arah antara penggunaan rating di Playstore dan frekuensi komentar. Namun, karena nilai korelasi mendekati nol, maka kekuatan hubungan tersebut tergolong lemah.

Selanjutnya, nilai signifikansi $0,147 > 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel yang tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, perubahan pada rating Playstore tidak berhubungan secara nyata dengan frekuensi komentar yang diberikan oleh pengguna.

Tabel 5. Nonparametric Korelasi

Correlations			
		Rating dari Playstore	Frekuensi Komentar
Rating dari Playstore	Correlation Coefficient	1.000	-.129
	Sig. (2-tailed)	.	.195
	N	102	102
Frekuensi Komentar	Correlation Coefficient	-.129	1.000
	Sig. (2-tailed)	.195	.
	N	102	102

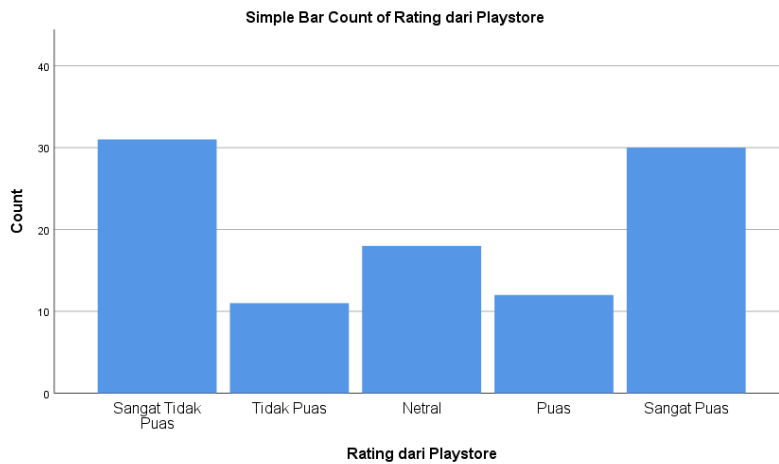
Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman antara Rating di Playstore dan Frekuensi Komentar, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $-0,129$ dengan nilai signifikansi (Sig.(2-tailed)) sebesar $0,195$ dan jumlah data (N) sebanyak 102.

Nilai Koefisien korelasi sebesar $-0,129$ menunjukkan bahwa hubungan antara rating playstore dan frekuensi komentar bersifat negatif dan sangat lemah. Artinya, semakin tinggi rating yang diberikan pengguna, cenderung diikuti oleh frekuensi komentar yang sedikit rendah, namun hubungan ini sangat kecil dan tidak bermakna secara praktis.

Selanjutnya, nilai signifikansi $0,195 > 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tidak signifikan secara antara rating dari playstore dan frekuensi komentar pengguna. Jadi hipotesis nol (H_0) yang

menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara rating dan frekuensi komentar diterima, sedangkan hipotesis (H_1) ditolak.

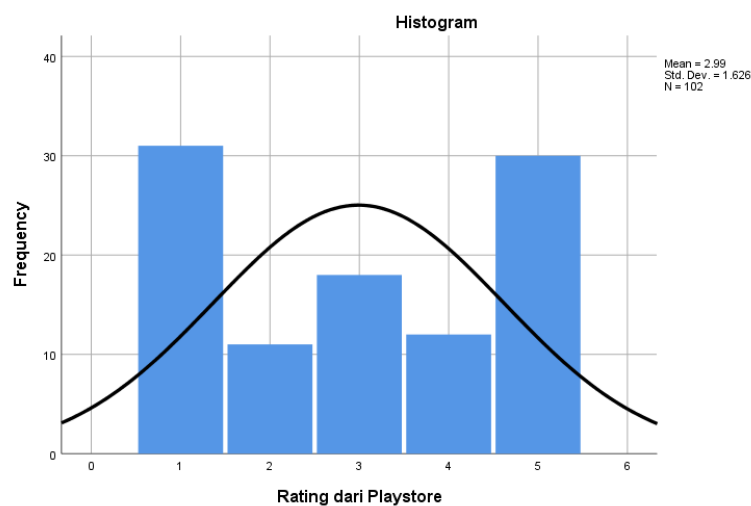
4.4.1 Visualisasi Data



Gambar 2. Simple Bar

Berdasarkan Grafik Simple Bar dari playstore, terlihat bahwa kategori “Sangat Tidak Puas” dan “Sangat Puas” memiliki responden yang lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya. Ini menunjukkan adanya polarisasi penilaian pengguna, dimana sebagian pengguna merasa sangat puas terhadap aplikasi, sementara lainnya sangat tidak puas.

Kategori Netral berada jumlah paling menengah, yang menandakan bahwa sejumlah pengguna menilai aplikasi dalam posisi yang biasa saja, tanpa ada kecenderungan puas maupun tidak puas. Sementara itu, kategori lainnya “Tidak Puas” dan “Puas” memiliki jumlah responden yang relatif sedikit, menunjukkan bahwa pengguna cenderung memberikan penilaian ekstrem dibandingkan penilaian moderat.



Gambar 3. Histogram

Pola distribusi ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna terhadap aplikasi bervariasi secara signifikan. Penilaian sangat puas dipengaruhi oleh kemudahan, kecepatan dan manfaat aplikasi, sedangkan penilaian sangat tidak puas berkaitan dengan keterbatasan fitur, akurasi, atau kenyamanan penggunaannya. Ini selaras dengan analisis kualitatif persepsi yang menunjukkan adanya persepsi positif dan persepsi negatif yang kuat dari pengguna.

Berdasarkan Histogram distribusi rating pengguna aplikasi ChatGPT di Play Store, diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) rating pengguna adalah 2.99 dengan standar deviasinya sebesar 1.626 dari total 102 data. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa secara umum tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi ChatGPT cenderung berada pada tingkat sedang.

Bentuk histogram menunjukkan bahwa distribusi data tidak sepenuhnya simetris dan cenderung menyebar menjadi 2 puncak, yaitu rating rendah dan rating tinggi. Pola ini mengindikasikan adanya perbedaan pengalaman pengguna yang cukup kontras, di mana sebagian pengguna memberikan penilaian rendah karena ketidakpuasan, sementara sebagian lainnya memberikan penilaian tinggi karena merasa puas terhadap hasil kinerja aplikasi.

Sebaran data yang relatif lebar, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai standar deviasi yang cukup besar, mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi ChatGPT bersifat heterogen. Ini memperkuat temuan pada analisis frekuensi rating, yang menunjukkan adanya perbedaan dalam persepsi pengguna dalam menilai aplikasi. Dengan distribusi rating ini mencerminkan bahwa aplikasi ChatGPT mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi sebagian pengguna, namun belum sepenuhnya konsisten dalam memenuhi ekspektasi yang diinginkan.

4.5. Hasil Analisis Kualitatif

Hasil Analisis diperoleh melalui content analisis terhadap komentar pengguna aplikasi ChatGPT. Dari keseluruhan data komentar yang telah direduksi, diperoleh komentar yang relevan kedalam beberapa tema utama. Berdasarkan kategorisasi, persepsi pengguna dibagi ke dalam dua kategori utama, yaitu persepsi pengguna positif dan persepsi negatif. Pembagian ini didasarkan pada kecenderungan makna yang muncul dari isi komentar pengguna.

Persepsi pengguna didominasi oleh komentar yang menunjukkan bahwa aplikasi ChatGPT mudah digunakan, cepat dalam memberikan respon, serta membantu pengguna dalam menyelesaikan berbagai kebutuhan, seperti membantu dalam mengerjakan tugas, menjadi teman curhat, mencari informasi, dan lainnya. Tema dari kategorisasi penggunaan dari kemudahan maupun kecepatan respon menjadi aspek yang paling sering muncul. Beberapa pengguna menyampaikan bahwa aplikasi ini mampu dalam memberikan jawaban dengan cepat dan mudah dipahami, sehingga memudahkan dan meningkatkan efisiensi waktu.

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna persepsi positif terhadap aplikasi ChatGPT, khususnya pada aspek usability dan manfaat yang dirasakan secara langsung.

Tabel 6. Persepsi Positif Pengguna

No	Kategori Tema	Kutipan Pernyataan	Interpretasi
1	Kemudahan	“Sangat membantu belajar, seperti guru privat.”	Aplikasi mudah digunakan dan mendukung proses belajar
2	Kemudahan	“Aplikasi sangat membantu menjelaskan hal-hal sulit.”	Antarmuka dan fungsi memudahkan pemahaman
3	Kecepatan	“Jawaban cepat dan responsif.”	Sistem memberikan respons dengan cepat
4	Kecepatan	“Penjelasan cepat dan jelas.”	Kecepatan meningkatkan efektivitas penggunaan
5	Akurasi	“Penjelasan cepat dan akurat.”	Informasi yang diberikan dinilai tepat
6	Akurasi	“AI cukup akurat untuk membantu tugas.”	Ketepatan jawaban mendukung kebutuhan pengguna
7	Relevansi	“Jawaban sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.”	Informasi relevan dengan kebutuhan pengguna
8	Relevansi	“Sangat membantu untuk tugas dan pekerjaan.”	Kesesuaian output dengan konteks penggunaan
9	Kenyamanan	“Aplikasi nyaman digunakan untuk belajar.”	Penggunaan aplikasi tidak menimbulkan kesulitan
10	Kenyamanan	“Menyimpan obrolan rapi dan mudah diakses.”	Memberikan rasa nyaman saat digunakan

Selain persepsi positif, ditemukan pula persepsi negatifnya yang tercermin dari komentar pengguna yang mengungkapkan berbagai keluhan. Keluhan tersebut antara lain berkaitan dengan jawaban yang kurang relevan, efisien, kurang akurat, waktu pemrosesan yang relatif lama, serta adanya gangguan teknis aplikasi. Beberapa pengguna menyampaikan bahwa hasil jawaban yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan apa yang dicari, sehingga memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Persepsi negatif umumnya muncul bersamaan dengan pemberian rating rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa kategorisasi tema yang diambil adalah dalam tema akurasi jawaban dan kendala teknis menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna secara negatif.

Tabel 7. Persepsi Negatif Pengguna

No	Kategori Tema	Kutipan Pernyataan	Interpretasi
1	Kemudahan	“Fitur edit pesan hilang membuat penggunaan tidak nyaman.”	Aplikasi mudah digunakan dan mendukung proses belajar
2	Kemudahan	“Banyak batasan dan tidak fleksibel.”	Antarmuka dan fungsi memudahkan pemahaman
3	Kecepatan	“Respons lambat saat chat panjang.”	Sistem memberikan respons dengan cepat
4	Kecepatan	“Pembuatan gambar terlalu lama.”	Kecepatan meningkatkan efektivitas penggunaan
5	Akurasi	“Penjelasan cepat dan akurat.”	Informasi yang diberikan dinilai tepat

6	Akurasi	“AI cukup akurat untuk membantu tugas.”	Ketepatan jawaban mendukung kebutuhan pengguna
7	Relevansi	“Jawaban membawa topik lama yang tidak relevan.”	Informasi relevan dengan kebutuhan pengguna
8	Relevansi	“Jawaban tidak sesuai dengan yang diminta.”	Kesesuaian output dengan konteks penggunaan
9	Kenyamanan	“Percakapan hilang meski sudah berlangganan.”	Penggunaan aplikasi tidak menimbulkan kesulitan
10	Kenyamanan	“Terlalu sering kena limit saat digunakan.”	Memberikan rasa nyaman saat digunakan

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejumlah pengguna memberikan penilaian "Sangat Tidak Puas" terhadap aplikasi ChatGPT, dengan persentase mencapai 30,4% dari total ulasan yang dianalisis. Keluhan yang muncul dari pengguna yang merasa sangat tidak puas berkaitan dengan beberapa aspek, antara lain ketidakakuratan jawaban, lambatnya waktu pemrosesan, dan masalah teknis lainnya. Beberapa pengguna merasa bahwa jawaban yang diberikan oleh ChatGPT tidak relevan dengan pertanyaan yang diajukan, sehingga tidak memenuhi ekspektasi mereka. Selain itu, beberapa masalah teknis seperti gangguan aplikasi, ketidakmampuan untuk mengedit pesan, serta adanya batasan fitur yang tidak fleksibel juga sering dikeluhkan. Aspek-aspek ini mengurangi kenyamanan dan efisiensi penggunaan aplikasi, yang seharusnya bisa meningkatkan pengalaman pengguna dalam memecahkan masalah atau mendapatkan informasi. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna, pengembang ChatGPT perlu fokus pada peningkatan akurasi jawaban agar lebih relevan dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, perbaikan pada kecepatan respons dan pengurangan masalah teknis seperti gangguan aplikasi sangat penting untuk memastikan aplikasi berjalan lancar. Menambahkan fitur yang lebih fleksibel dan meningkatkan stabilitas teknis akan memperbaiki kenyamanan pengguna dan meningkatkan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada para pengguna yang ulasannya di Google Play Store menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada rekan-rekan sejawat dan para reviewer yang telah memberikan masukan, kritik, serta saran yang konstruktif selama proses penyusunan artikel ini. Selain itu, dukungan dari institusi yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian ini turut berperan penting dalam kelancaran pelaksanaan penelitian dan penyusunan naskah.

DEKLARASI

Selama proses penyusunan artikel ini, penulis menggunakan **ChatGPT** untuk membantu penyuntingan bahasa dan peningkatan kejelasan penulisan, serta **metode scraping** untuk mengumpulkan data berupa ulasan dan rating pengguna dari **Google Play Store** sebagai sumber data utama penelitian. Selain itu, **Microsoft Excel** digunakan untuk pengolahan dan penataan data awal, sedangkan **IBM SPSS** dimanfaatkan untuk melakukan analisis statistik terhadap data yang telah dikumpulkan. Setelah menggunakan berbagai alat dan metode tersebut, penulis telah meninjau dan menyunting kembali seluruh isi naskah secara menyeluruh serta bertanggung jawab penuh atas keakuratan, keaslian, dan integritas konten publikasi ini.

REFERENSI

- Arifin, Mohammad Nazir, Amir Hamzah, Moh Abroril Huda, and Nor Hasanah. 2025. "Analysis of Google Play Store User Sentiment Towards Application X Using the SVM Algorithm." 5(1):249–58.
- Aulia, Ahmad, Zakiyal Fikri, and Hafidz Ridho. 2025. "Identification of Inconsistent Reviews and Ratings on Apps Using Sentiment Analysis : Case Study on Indonesian Digital Media Platform." 26:39–50.
- Customer, Analyzing, Satisfaction In, Using Shopee, Chatbot Services, Using The, and Utaut Method. 2024. "Analisa Kepuasan Customer Dalam Penggunaan." 38–47.
- Dasar, Pendidikan, U. I. N. Syekh, Ali Hasan, and Ahmad Addary. 2025. "Penelitian Gabungan (Mixed Methods Research): Sebuah Pendekatan Komprehensif Dalam Metodologi Penelitian Ismail Harahap." 9(2013):21584–89.
- Difusi, Studi, and Inovasi Teknologi. 2022. "Chatbot for Public Relations and Customer Service in Indonesia : A Diffusion Innovation Study." 21(3):278–90.
- Dwivedi, Yogesh K., Nir Kshetri, Laurie Hughes, Emma Louise, Anand Jeyaraj, Arpan Kumar, Abdullah M. Baabdullah, Alex Koochang, Vishnupriya Raghavan, Manju Ahuja, Hanaa Albanna, Mousa Ahmad, Adil S. Al-busaidi, Janarthanan Balakrishnan, Yves Barlette, Sriparna Basu, Indranil Bose, Laurence Brooks, Dimitrios Buhalis, Lemuria Carter, Soumyadeb Chowdhury, Tom Crick, Scott W. Cunningham, Gareth H. Davies, Robert M. Davison, D. Rahul, Denis Dennehy, Yanqing Duan, Rameshwar Dubey, Rohita Dwivedi, Robin Gauld, Varun Grover, Mei-chih Hu, John S. Edwards, Carlos Flavi, Marijn Janssen, Paul Jones, Iris Junglas, Sangeeta Khorana, Sascha Kraus, Kai R. Larsen, Paul Latreille, Sven Laumer, F. Tegwen Malik, Abbas Mardani, Marcello Mariani, Sunil Mithas, Emmanuel Mogaji, Jeretta Horn, Siobhan O. Connor, Fevzi Okumus, Margherita Pagani, Neeraj Pandey, Savvas Papagiannidis, Ilias O. Pappas, Nishith Pathak, Jan Pries-heje, Ramakrishnan Raman, Nripendra P. Rana, Sven-volker Rehm, Samuel Ribeiro-navarrete, Alexander Richter, Frantz Rowe, Suprateek Sarker, Bernd Carsten, Manoj Kumar, Wil Van Der Aalst, Viswanath Venkatesh, Giampaolo Viglia, Michael Wade, Paul Walton, Jochen Wirtz, and Ryan Wright. 2023. "International Journal of Information Management Opinion Paper : ‘ So What If ChatGPT Wrote It ? ’ Multidisciplinary Perspectives on Opportunities , Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research , Practice and Policy ☆." 71(March). doi:10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642.
- E-commerce, Kepuasan Konsumen, Zifora Yanessa, and Miharni Tjokrosaputro. 2024. "Pengaruh Penggunaan Dan Respons Chatbot Terhadap." 29(03):446–68.
- Fardhina, Azura, Ramadhan Mustaqim Siregar, Mika Ria Waty Br Sibarani, Irsya Chlara Br Ginting, and Andre Pratama. 2025. "Sistem Deteksi Berita Hoaks Berbasis Algoritma Natural Language Processing (NLP) Menggunakan BERT."
- Fitriano, Deri, Rini Indriati, and Aidina Ristyawan. 2025. "Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Chatgpt Menggunakan Algoritma Support Vector Machine Dan Lexicon Based." 3(2):101–11.

- Kasneci, Enkelejda, Kathrin Sessler, Stefan Küchemann, Maria Bannert, Daryna Dementieva, Frank Fischer, Urs Gasser, Georg Groh, Stephan Günemann, Eyke Hüllermeier, Stephan Krusche, Gitta Kutyniok, Tilman Michaeli, Claudia Nerdel, Jürgen Pfeffer, Oleksandra Poquet, Michael Sailer, Albrecht Schmidt, Tina Seidel, Matthias Stadler, Jochen Weller, Jochen Kuhn, and Gjergji Kasneci. 2023. "ChatGPT for Good? On Opportunities and Challenges of Large Language Models for Education." *Learning and Individual Differences* 103:102274. doi:<https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>.
- Marjerison, Rob Kim, Hang Dong, Jong-min Kim, Hanyi Zheng, Youran Zhang, and George Kuan. 2025. "Understanding User Acceptance of AI-Driven Chatbots in China 's E-Commerce : The Roles of Perceived Authenticity , Usefulness , and Risk." 1–24.
- Misidawati, Dwi Novaria. 2024. "Peran Teknologi AI Dalam Pengembangan Chatbot Layanan Pelanggan." 2(2):92–97.
- Rivaldy, Adriano Femaz, Wahyu Setiawan, Farrel Ega, and Nur Royyan. 2025. "Analisis Penerimaan Openai Chatgpt Oleh Mahasiswa Surabaya Menggunakan Model Utaut 2." 11(2):127–38.
- Sartika, Fani. 2025. "Factors Affecting Customer Trust In Chatbot Usage : Evidence From Indonesia." 40(3):327–42.
- Vaismoradi, Mojtaba, P. D, N. Ms, N. Bs, Hannele Turunen, P. D, Terese Bondas, and P. D. 2013. "Content Analysis and Thematic Analysis : Implications for Conducting a Qualitative Descriptive Study." 398–405. doi:10.1111/nhs.12048.
- Viorennita, Anggia, Laksmi Dewi, and Cepi Riyana. 2023. "The Role of ChatGPT AI in Student Learning Experience." 3(2):445–52.
- Wimelius, Henrik, Mark Keil, and Jonny Holmström. 2020. "RESEARCH ARTICLE A Paradoxical Perspective on Technology Renewal in Digital Transformation." (July):198–225. doi:10.1111/isj.12307.