

ABSTRAK

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar atau video, menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan dan efek foto, bahkan memungkinkan pengguna membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Saat ini instagram tercatat memiliki 100 juta pengguna aktif setiap bulannya, ada 40 juta foto yang diunggah ke *server* instagram setiap harinya dengan jumlah 8.500 *like* per detik dan 1.000 komentar per detiknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial instagram di Kota Bandung pada tahun 2013.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan jenis penelitian ini memfokuskan pada analisis pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial instagram di Kota Bandung pada tahun 2013. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis linier regresi sederhana.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung yang memiliki dan menggunakan akun instagram. Sampel pada penelitian ini sebanyak 385 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Hasil Penelitian menunjukkan terdapat adanya pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna jejaring sosial instagram di Kota Bandung pada tahun 2013 sebesar 34,34% dan sebesar 65,66% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata kunci : *user experience*, kepuasan pengguna