

Analisis Kepuasan Pengguna *Live Shopping* Aplikasi Shopee Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)* dan *Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, and Service (PIECES)*

Reyka Ayu Kartikasari¹, Dwi Fatrianto Suyatno²

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

¹reyka.19002@mhs.unesa.ac.id

²dwifatrianto@unesa.ac.id

Abstrak— Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menambah variasi dalam bisnis jual beli *online*, seperti penawaran produk oleh penjual secara *live*. Salah satu platform yang memanfaatkan hal tersebut adalah Shopee. Namun, diketahui bahwa penggunaan dari *live shopping* Aplikasi Shopee sendiri masih kalah dari aplikasi serupa yang lain dan masih terdapat beberapa keluhan atau ulasan negatif. Sebuah layanan dapat dikatakan berhasil memberikan kepuasan apabila dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil pengukuran kepuasan pengguna menggunakan Metode EUCS dan PIECES, berdasarkan 11 variabel yaitu *content, accuracy, format, ease of use, timeliness, performance, information, economic, control, efficiency, dan service*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada pengguna yang melakukan pembelian di *live shopping* Aplikasi Shopee di Indonesia dan didapatkan sebanyak 385 responden. Berdasarkan analisis yang dilakukan didapatkan bahwa semua variabel memberikan nilai interpretasi yang sangat memuaskan dengan nilai tertinggi didapatkan oleh *service* sebesar 90,42%, sedangkan nilai terendah didapatkan oleh *timeliness* sebesar 78,31%. Lalu, semua variabel tersebut memberikan pengaruh secara smultan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan apabila secara parsial semua variabel memberikan pengaruh. Namun, terdapat dua variabel yang tidak memberikan pengaruh secara parsial yakni *timeliness* dan *efficiency*.

Kata Kunci— Kepuasan Pengguna, *Live Shopping* Aplikasi Shopee, EUCS, PIECES.

I. PENDAHULUAN

Belanja *online* adalah proses pembelian yang dilakukan oleh seseorang tanpa melakukan kontak fisik. Perbelanjaan secara *online* tersebut saat ini marak dilakukan dengan presentase sebesar 56% masyarakat Indonesia membeli suatu produk [1]. Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menambah variasi dalam bisnis jual beli *online*, seperti penawaran produk oleh penjual secara *live*. *Live shopping* merupakan sebuah kegiatan khusus belanja *online* yang dilakukan secara langsung oleh pengguna dengan memanfaatkan fasilitas siaran video/*live streaming* menggunakan platform tertentu seperti, TikTok, Instagram, Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lain sebagainya. Hasil survey dari Jajak Pendapat menunjukkan bahwa 83,7% masyarakat Indonesia berpartisipasi saat *live shopping* dengan produk yang paling sering dibeli adalah *fashion* (pakian maupun sepatu) sebesar 72% [2]. Survei tersebut juga mencatat bahwa

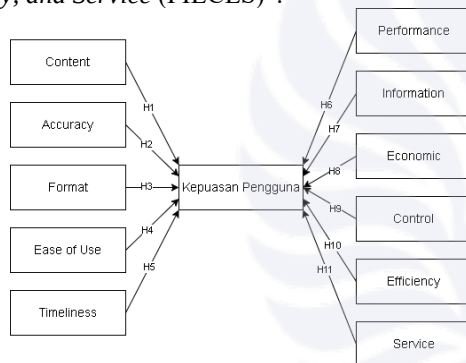
sebagian besar atau 55% pengguna pernah membeli produk dari *live shopping*. Berdasarkan jenis kelaminnya, perempuan lebih banyak mengeluarkan uang untuk membeli suatu produk daripada laki-laki dengan presentase sebesar 35,4% dan apabila menurut generasinya, generasi milenial yang paling banyak mengeluarkan uang dengan persentase sebesar 30,9% dibandingkan dengan generasi z yang hanya 28,8% dan generasi x yang sebesar 25,9% [3].

Dalam penelitian ini menggunakan Aplikasi Shopee dengan berfokus pada program *live shopping* yang dimiliki yakni Shopee *Live*. Shopee *Live* memungkinkan pengguna untuk melihat konten terkait produk, membeli produk, atau berinteraksi langsung dengan penjual. Aplikasi Shopee telah diunduh dari Google Play Store dengan jumlah pengguna lebih dari 100 juta dan memiliki *rating* 4,2. Hal tersebut tentunya kalah apabila dibandingkan dengan Aplikasi TikTok yang telah diunduh dari Google Play Store lebih dari 500 juta pengguna dan memiliki *rating* 4,4. Kemudian, ternyata *live shopping* Aplikasi Shopee sendiri didominasi oleh Aplikasi TikTok sebesar 27,5%, mengungguli Aplikasi Tokopedia dan Shopee [4]. Selain itu, terdapat juga beberapa *review* negatif dari pengguna di kolom komentar yang sebagian besar memberikan *review* kurang memuaskan, seperti kejelasan video yang ditampilkan masih lebih jelas di Aplikasi TikTok, waktu *loading* yang terlalu lama, website mengalami masalah *logout*, kesalahan jaringan, produk tidak memuat, dan penggunaan yang makin berat setelah pembaruan.

Sebuah layanan dapat dikatakan berhasil memberikan kepuasan apabila dapat memenuhi kebutuhan penggunanya, serta kepuasan pengguna sendiri dapat diartikan sebagai suatu hal yang penting bagi setiap penyedia layanan. Kepuasan pengguna terhadap layanan dapat digunakan untuk mengidentifikasi sisi baik dan buruk dari layanan yang dapat diimplementasikan sehingga kebutuhan pengguna dapat dipenuhi. Dalam penelitian ini digunakan metode EUCS dan PIECES karena metode EUCS berfokus pada kepuasan pengguna akhir berdasarkan pengalaman pengguna terhadap wawasan aspek teknologi atau layanan dibandingkan dengan yang lain, serta melalui metode tersebut dimungkinkan untuk mengetahui faktor mana yang memiliki pengaruh untuk kepuasan pengguna akhir [5], sedangkan metode PIECES juga digunakan untuk menentukan kepuasan pengguna dalam

beberapa hal seperti dari segi kinerja, segi informasi, segi nilai ekonomi, segi keamanan, keefisienan dan segi pelayanan untuk mengidentifikasi kerentanan dalam layanan [6]. Kemudian terdapat metode pengukuran kepuasan yang tidak digunakan, seperti SERVQUAL yang lebih cocok untuk mengukur kualitas layanan, metode CSI yang tidak dapat menentukan atribut prioritas yang dihasilkan, dan terakhir metode IPA yang hanya digunakan sebagai atribut transformasi dalam diagram kartesius.

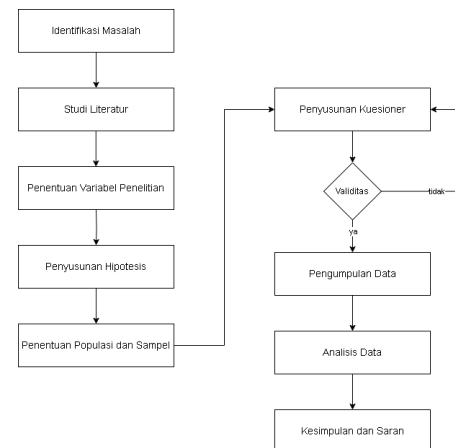
Metode EUCS dan PIECES nantinya akan digunakan untuk membantu peneliti dalam mengetahui kepuasan pengguna akhir dari *live shopping* Aplikasi Shopee. Penerapan metode tersebut dalam pengukuran kepuasan pengguna dari suatu layanan bukanlah sebuah hal yang asing untuk dilakukan, sebab variabel atau dimensi yang sudah ada dapat memberikan makna atau hasil yang lebih lengkap dan saling melengkapi [7]. Kemudian, dari pembahasan tersebut peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian terkait “Analisis Kepuasan Pengguna *Live Shopping* Aplikasi Shopee Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, and Service* (PIECES)”.



Gbr 1. Kerangka Pemikiran

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, dimana diartikan sebagai metode penelitian yang meneliti objek tertentu, mengumpulkan informasi dengan alat penelitian, dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan [8]. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengukuran kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dari *live shopping* Aplikasi Shopee. Secara umum, penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:



Gbr 2. Rancangan Penelitian

A. Identifikasi Masalah

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus mengetahui permasalahan yang ada. identifikasi permasalahan tersebut dapat dilakukan dengan mencari informasi terkini seputar penggunaan maupun permasalahan yang dihadapi oleh pengguna *live shopping* Aplikasi Shopee, sehingga dapat dilakukan pengukuran kepuasan menggunakan kombinasi Metode EUCS dan PIECES.

B. Studi Literatur

Pada tahap ini mempelajari, mencari informasi, dan memahami literatur baik dari jurnal ilmiah, berita, maupun dari penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi. Beberapa literatur dan referensi yang relevan diperlukan untuk mendukung penelitian, seperti dalam penelitian ini penggunaan Metode EUCS dan PIECES untuk mengukur kepuasan pengguna menjadi dasar penyelesaian penelitian.

C. Penentuan Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kombinasi dari Metode EUCS dan PIECES, dimana terdapat 11 variabel independen dan 1 variabel dependen dengan indikator sebagai berikut:

TABEL I
INDIKATOR VARIABEL

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Content	Melihat dari segi isi dalam suatu sistem maupun layanan yang dihadirkan	a. Isi dari konten sesuai dengan kebutuhan yang dicari b. Isi dari konten sudah cukup lengkap c. Isi dari konten sangat jelas d. Isi dari konten mudah dipahami
Accuracy	Melihat dari segi ketepatan sistem maupun pengolahan data	a. Merupakan media belanja <i>online</i> secara <i>live</i> yang akurat b. Setiap <i>link</i> yang di klik selalu menampilkan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		halaman yang sesuai c. Tombol yang tersedia sesuai dengan fungsi d. Jarang mengalami kesalahan penggunaan		dihasilkan dalam suatu pencarian	b. Memberikan informasi produk yang dapat dipercaya c. Memberikan informasi seputar pencarian <i>live streaming</i> d. Memberikan informasi jumlah produk dan diskon di etalase
<i>Format</i>	Bentuk dan tampilan yang dihadirkan dalam suatu sistem	a. Menarik b. <i>Layout</i> yang memudahkan c. Format jenis huruf (kenormalan, kejelasan, dan dapat terbaca oleh <i>user</i>) d. Kualitas video yang disajikan			a. Menawarkan biaya layanan jasa yang sesuai b. Memberikan biaya pengiriman yang sesuai (produk cepat sampai tujuan) c. Sering memberikan potongan harga pengiriman (gratis ongkir), sehingga lebih mudah dan sering dalam melakukan pemesanan d. Penggunaan data internet untuk akses terbilang rendah
<i>Ease of Use</i>	Kemudahan yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan sistem	a. Mudah dalam berpindah halaman b. Mudah dalam mengetahui jaringan <i>host</i> (penjual) ketika terganggu dari pesan yang ditampilkan c. Mudah dipelajari sehingga dapat mahir dengan cepat d. Mudah diakses dimana dan kapan saja	<i>Economic</i>	Melihat dari segi finansial dan biaya yang dikeluarkan	
		a. Memberikan <i>alert/reminder</i> pada pengguna b. Waktu tunggu saat memilih <i>live streaming</i> tidak memerlukan waktu yang lama c. Kecepatan dalam menampilkan informasi produk <i>fashion</i> (pakaian maupun sepatu) d. Menyediakan informasi yang <i>ter-update</i>	<i>Control</i>	Pengawasan dan kontrol yang dilakukan	a. Memiliki Batasan-batasan akses pengguna b. Memiliki fitur keamanan data c. Terhindar dari serangan virus d. Memberikan jaminan pengembalian produk
<i>Timeliness</i>	Kecepatan yang dirasakan pengguna baik dalam mengakses sistem atau mendapatkan informasi				a. Tidak memakan banyak waktu pengguna dalam pembelian secara <i>live</i> b. Menawarkan layanan pusat bantuan yang akurat c. Tidak menemukan kesulitan ketika pertama kali buka d. Tidak membutuhkan usaha pengguna yang berlebih saat mengoperasikan
		a. Tetap berjalan stabil, apabila digunakan secara bersamaan b. Tidak ada hambatan saat ingin keluar dari <i>live streaming</i> c. Dapat melakukan sejumlah perintah secara efektif, seperti ketika melihat toko tanpa harus keluar dari <i>live streaming</i> d. Pilihan metode pembayaran yang disediakan dapat dipilih atau digunakan tanpa hambatan	<i>Efficiency</i>	Efisiensi layanan dalam menjawab dan membantu suatu permasalahan	
<i>Performance</i>	Melihat dari segi kinerja suatu sistem		<i>Service</i>	Melihat dari segi pelayanan yang diberikan	a. Menyediakan layanan pengiriman yang sesuai b. Menyediakan <i>live chat</i> c. Menyediakan bagikan <i>live streaming</i> d. Menyediakan pintasan produk yang di <i>review</i> pada bagian pojok kiri atas
<i>Information</i>	Kejelasan dari suatu informasi yang akan	a. Memberikan akses untuk mencari informasi toko	<i>User Satisfaction</i>	Kepuasan yang dirasakan oleh pengguna berdasarkan	a. Secara keseluruhan berjalan baik dan spesifik, sehingga membuat pengguna

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	penggunaan suatu sistem	puas dan merasa nyaman b. Memberikan manfaat dalam pembelian produk <i>fashion</i> (pakaian maupun sepatu) dibandingkan dengan penjualan biasa seperti <i>review</i> langsung c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain d. Keinginan kembali dalam penggunaan layanan

D. Penyusunan Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau kesimpulan yang masih tentatif dan akan diuji kebenarannya ketika data diterima. Beberapa hipotesis yang cocok dapat diturunkan dari pembahasan penelitian maupun literatur yang sudah dituangkan dalam kerangka pikiran, sebagai berikut:

H1: *Content* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H2: *Accuracy* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H3: *Format* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H4: *Ease of Use* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H5: *Timeliness* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H6: *Performance* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H7: *Information* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H8: *Economic* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H9: *Control* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H10: *Efficiency* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

H11: *Service* berpengaruh terhadap *user satisfaction live shopping* Aplikasi Shopee.

E. Penentuan Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi yang digunakan adalah pengguna yang menggunakan *live shopping* Aplikasi Shopee.

2) Sampel

Sampel yang digunakan adalah pengguna yang melakukan minimal satu kali pemesanan berupa produk *fashion* (pakaian maupun sepatu) di *live shopping* Aplikasi Shopee. Dari rumus perhitungan

sampel Rao Purba [9] diketahui bahwa sampel minimal yang diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

Sampel minimal yang harus diambil adalah 384,16 dan dibulatkan menjadi 385 responden.

F. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner dibuat untuk mendukung penelitian. Saat membuat suatu kuesioner, perlu disusun pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur dengan baik dan terkait dengan masalah yang sedang dipelajari. Kuesioner yang akan diberikan dalam penelitian ini berisi sebelas variabel independent dan dependen.

G. Uji Instrumen

Sebelum kuesioner disebar, terlebih dahulu melakukan pengujian instrumen. Pengujian terdiri dari uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner, dengan keputusan pengujian apabila r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid dan sebaliknya. (bantuan program SPSS)

2) Uji Reliabilitas

Digunakan untuk menguji hasil pengukuran dengan objek yang sama menghasilkan data yang sama. Pertanyaan-pertanyaan yang sudah terbukti kevaliditasannya tersebut, kemudian ditentukan nilai reliabelnya dengan keputusan pengujian apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6 maka variabel tersebut reliabel dan sebaliknya (bantuan program SPSS).

Modifikasi skala Likert empat tingkat digunakan dalam penelitian ini untuk menghapus kerentanan atau kelemahan pada hasil jawaban yang didapatkan dari skala Likert lima tingkat. Perubahan ini menghilangkan kategori jawaban yang netral karena beberapa alasan seperti, kategori dapat bermakna ganda atau diartikan tidak dapat memberikan jawaban yang pasti, tersedianya jawaban yang netral mengarah pada kecenderungan jawaban yang rata-rata, dan agar dapat melihat kecenderungan pendapat responden untuk setuju atau tidak setuju. Skala Likert 5 tingkat dengan angka netral 3 dapat menyebabkan skor bias jika responden memilih terlalu banyak poin netral karena tidak memahami informasi dalam pertanyaan yang diberikan [10].

H. Pengumpulan Data

Selanjutnya peneliti mengumpulkan data berupa data primer yang diambil dari hasil distribusi angket (kuesioner) dan data sekunder yang diambil dari beberapa informasi yang berasal dari referensi, grafik, maupun informasi terkait data penelitian, seperti penggunaan belanja secara *online*,

pengguna *live shopping* Aplikasi Shopee, serta produk yang paling banyak dibeli.

I. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1) Uji Asumsi Klasik

Adalah pendahuluan atau uji prasyarat sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Uji ini terdiri dari uji normalitas yang digunakan untuk mengetahui distribusi normal tidaknya suatu variabel. Pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan keputusan apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Uji multikolinearitas, digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen (bebas). Pada penelitian ini menggunakan nilai *Tolerance* dan VIF dengan keputusan apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan $\text{VIF} < 10$, maka dinyatakan bebas multikolinearitas dan sebaliknya.

Uji heteroskedastisitas, digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada penelitian ini menggunakan Rank Spearman dengan keputusan apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya.

2) Regresi Linear Berganda

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, maka selanjutnya adalah melakukan pengujian regresi linear berganda. Dimana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji Hipotesis

Terdiri dari tiga pengujian, yakni uji F (simultan), uji t (parsial), dan uji koefisien determinasi (R^2). Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila uji F dilakukan secara simultan (bersama-sama), uji t dilakukan secara individual. Jadi uji t berfokus pada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Yang terakhir adalah uji koefisien determinasi (R^2), dimana uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

J. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dalam penelitian ini meliputi hasil pengukuran kepuasan pengguna terhadap *live shopping* Aplikasi Shopee melalui metode EUCS dan PIECES, serta saran untuk penelitian selanjutnya dan pihak yang terlibat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Dari data yang didapatkan oleh peneliti, diketahui bahwa terdapat 7 karakteristik responden, yakni:

1) Jenis Kelamin

Didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan yakni sebesar 69% (264 responden).

2) Pendidikan

Didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1) yakni sebesar 62,3% (240 responden).

3) Pekerjaan

Didominasi oleh responden mahasiswa yakni sebesar 62,6% (241 responden).

4) Rentang Usia

Didominasi oleh responden dengan rentang usia 13-28 tahun yakni sebesar 91% (350 responden).

5) Provinsi

Didominasi oleh responden yang bertempat tinggal di Provinsi Jawa Timur sebesar 43,4 % (167 responden).

6) Lama Waktu Mengikuti Live Streaming

Didominasi oleh responden yang mengikuti *live streaming* dengan waktu < 1 jam sebesar 39,2% (151 responden).

7) Intensitas Pemesanan

Didominasi oleh responden dengan intensitas pemesanan dalam tiga bulan terakhir sebanyak 2 kali sebesar 36,7% (141 responden).

B. Pengujian Instrumen

1) Uji Validitas

Dengan menggunakan taraf signifikan 5% dan *two-tailed*, maka nilai *r*-tabel adalah 0,361. Dalam penelitian ini semua item variabel dinyatakan valid, karena nilai *r*-hitung melebihi 0,361.

TABEL II
HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	Indikator	Nilai <i>r</i> -hitung
Content	X1.1	0,753
	X1.2	0,678
	X1.3	0,745
	X1.4	0,621
Accuracy	X2.1	0,626
	X2.2	0,758
	X2.3	0,746
	X2.4	0,721
Format	X3.1	0,633
	X3.2	0,662
	X3.3	0,720
	X3.4	0,629
Ease of Use	X4.1	0,674
	X4.2	0,634
	X4.3	0,615
	X4.4	0,622
Timeliness	X5.1	0,762
	X5.2	0,627
	X5.3	0,654
	X5.4	0,615

Variabel	Indikator	Nilai r-hitung
Performance	X6.1	0,713
	X6.2	0,682
	X6.3	0,714
	X6.4	0,605
Information	X7.1	0,603
	X7.2	0,754
	X7.3	0,647
	X7.4	0,678
Economic	X8.1	0,617
	X8.2	0,637
	X8.3	0,641
	X8.4	0,676
Control	X9.1	0,605
	X9.2	0,626
	X9.3	0,715
	X9.4	0,616
Efficiency	X10.1	0,626
	X10.2	0,622
	X10.3	0,720
	X10.4	0,692
Service	X11.1	0,729
	X11.2	0,657
	X11.3	0,611
	X11.4	0,712
User Satisfaction	Y1	0,708
	Y2	0,637
	Y3	0,639
	Y4	0,632

2) Uji Reliabilitas

Variabel dikatakan *reliable* jika mendapatkan nilai cronbach's alpha > 0,60. Dalam penelitian ini semua item variabel dinyatakan *reliable*, karena nilai cronbach's alpha melebihi 0,60.

TABEL III
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha
Content	0,850
Accuracy	0,817
Format	0,837
Ease of Use	0,799
Timeliness	0,749
Performance	0,824
Information	0,755
Economic	0,770
Control	0,792
Efficiency	0,717
Service	0,746
User Satisfaction	0,856

C. Interpretasi

Masing-masing jawaban dikalikan sesuai kategori nilai (score) dimulai dari yang terendah yaitu 1 (STS) dan yang tertinggi yaitu 4 (SS).

TABEL IV
HASIL PERKALIAN NILAI MASING-MASING VARIABEL

Variabel	Indikator	Keterangan			
		1	2	3	4
Content	X1.1	0	0	489	888
	X1.2	0	18	444	912
	X1.3	0	26	447	892
	X1.4	0	30	498	816
Accuracy	X2.1	0	0	543	816
	X2.2	0	6	528	824
	X2.3	0	6	495	868
	X2.4	0	24	558	748
Format	X3.1	0	0	474	908
	X3.2	0	18	456	896
	X3.3	0	42	378	952
	X3.4	0	50	474	808
Ease of Use	X4.1	0	0	498	876
	X4.2	0	48	510	764
	X4.3	0	68	402	868
	X4.4	0	44	507	776
Timeliness	X5.1	0	4	801	464
	X5.2	0	82	810	296
	X5.3	0	84	747	376
	X5.4	0	140	720	300
Performance	X6.1	0	8	636	676
	X6.2	0	72	639	544
	X6.3	0	104	576	564
	X6.4	0	142	549	524
Information	X7.1	0	2	591	748
	X7.2	0	76	540	668
	X7.3	0	90	480	720
	X7.4	0	70	552	664
Economic	X8.1	0	20	531	792
	X8.2	0	28	549	752
	X8.3	0	38	477	828
	X8.4	0	36	570	708
Control	X9.1	0	20	657	624
	X9.2	0	72	594	604
	X9.3	0	94	540	632
	X9.4	0	66	606	600
Efficiency	X10.1	0	18	504	832
	X10.2	0	32	471	848
	X10.3	0	108	408	780
	X10.4	0	58	489	772
Service	X11.1	0	0	426	972
	X11.2	0	10	414	968
	X11.3	0	6	128	251
	X11.4	0	14	132	239
User Satisfaction	Y1	0	0	166	219
	Y2	0	0	175	210
	Y3	0	0	161	224
	Y4	0	0	163	222

Langkah yang terakhir ialah menjumlahkan hasil dari setiap pertanyaan dalam satu variabel yang kemudian dibagi dengan 1.540 (4 x 385, dimana 4 adalah nilai

tertinggi skala pengukuran dan 385 adalah jumlah responden), berikut tabel interpretasi indikator pertanyaan:

TABEL V
INTERPRETASI INDIKATOR VARIABEL

Variabel	Indikator	Nilai	Nilai Rata-Rata	Keterangan (interpretasi)
Content	X1.1	89,41%	88,63%	Sangat Puas
	X1.2	89,22%		
	X1.3	88,63%		
	X1.4	87,27%		
Accuracy	X2.1	88,24%	87,92%	Sangat Puas
	X2.2	88,18%		
	X2.3	88,89%		
	X2.4	86,36%		
Format	X3.1	89,74%	88,57%	Sangat Puas
	X3.2	88,96%		
	X3.3	89,09%		
	X3.4	86,49%		
Ease of Use	X4.1	89,22%	87,02%	Sangat Puas
	X4.2	86,23%		
	X4.3	86,88%		
	X4.4	85,77%		
Timeliness	X5.1	82,40%	78,31%	Sangat Puas
	X5.2	77,14%		
	X5.3	78,37%		
	X5.4	75,32%		
Performance	X6.1	85,71%	81,72%	Sangat Puas
	X6.2	81,49%		
	X6.3	80,77%		
	X6.4	78,89%		
Information	X7.1	87,14%	84,43%	Sangat Puas
	X7.2	83,96%		
	X7.3	83,83%		
	X7.4	82,79%		
Economic	X8.1	87,20%	86,50%	Sangat Puas
	X8.2	86,29%		
	X8.3	87,20%		
	X8.4	85,32%		
Control	X9.1	84,48%	82,93%	Sangat Puas
	X9.2	82,53%		
	X9.3	82,59%		
	X9.4	82,14%		
Efficiency	X10.1	87,92%	86,36%	Sangat Puas
	X10.2	87,72%		
	X10.3	84,15%		
	X10.4	85,64%		
Service	X11.1	90,77%	90,42%	Sangat Puas
	X11.2	90,38%		
	X11.3	90,90%		
	X11.4	89,61%		
User Satisfaction	Y1	89,15%	89,07%	Sangat Puas
	Y2	89,61%		
	Y3	89,09%		
	Y4	88,44%		

D. Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

Dimulai dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yang disajikan dalam tabel berikut:

TABEL VI
HASIL Uji NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82151752
Most Extreme Differences	Absolute	.027
	Positive	.027
	Negative	-.023
Test Statistic		.027
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi melebihi batas tingkat kesalahan yakni $0,200 > 0,05$. Memiliki arti bahwa penelitian berdistribusi normal.

TABEL VII
HASIL Uji MULTIKOLINEARITAS

No.	Vaiabel	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1.	Content	0,569	1,759
2.	Accuracy	0,698	1,432
3.	Format	0,639	1,565
4.	Ease of Use	0,661	1,512
5.	Timeliness	0,873	1,146
6.	Performance	0,634	1,578
7.	Information	0,549	1,821
8.	Economic	0,914	1,094
9.	Control	0,619	1,615
10.	Efficiency	0,546	1,832
11.	Service	0,647	1,545

Didapatkan hasil bahwa nilai *tolerance* menunjukkan diatas 0,10 dan nilai VIF menunjukkan dibawah angka 10. Hal tersebut berarti bebas multikolinearitas atau tidak terjadinya multikolinearitas.

TABEL VIII
HASIL Uji HETEROSKEDASTISITAS

Correlations		
		Unstandardized Residual
X1	Sig. (2-tailed)	0,929
X2	Sig. (3-tailed)	0,997

Correlations		
		Unstandardized Residual
X3	Sig. (4-tailed)	0,981
X4	Sig. (5-tailed)	0,800
X5	Sig. (6-tailed)	0,907
X6	Sig. (7-tailed)	0,844
X7	Sig. (8-tailed)	0,826
X8	Sig. (9-tailed)	0,881
X9	Sig. (10-tailed)	0,995
X10	Sig. (11-tailed)	0,939
X11	Sig. (12-tailed)	0,895

Didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi diatas dari nilai batas yakni 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Regresi Linear Berganda

TABEL IX
REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.772	.797	
	Content	.093	.029	.132
	Accuracy	.152	.029	.197
	Format	.090	.028	.128
	Ease of Use	.092	.025	.140
	Timeliness	-.039	.028	-.046
	Performance	.084	.025	.131
	Information	.069	.026	.111
	Economic	-.054	.024	-.073
	Control	.066	.025	.106
	Efficiency	.022	.026	.035
	Service	.103	.029	.135

a. Dependent Variable: User Satisfaction

Persamaan Regresi Linear Berganda:

$$Y = 4,772 + 0,093 X_1 + 0,152 X_2 + 0,090 X_3 + 0,092 X_4 - 0,039 X_5 + 0,084 X_6 + 0,069 X_7 - 0,054 X_8 + 0,066 X_9 + 0,022 X_{10} + 0,103 X_{11} + e$$

a = 4,772, yang merupakan nilai konstanta, jika nilai semua variabel = 0, maka nilai kepuasan pengguna = 4,772. Dari persamaan tersebut diketahui bahwa semua variabel memberikan kontribusi terhadap kepuasan pengguna. Variabel yang bernilai positif, mempunyai arti bahwa apabila nilai variabel semakin baik, maka tingkat atau hasil dari kepuasan pengguna suatu layanan akan semakin baik pula. Namun, sebaliknya apabila variabel yang bernilai negatif semakin baik akan membuat tingkat atau hasil dari kepuasan pengguna suatu layanan akan semakin buruk pula, seperti *timeliness* (-0,039) dan *economic* (-0,054).

3) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimulai dari uji F, uji t, dan uji R² yang disajikan dalam tabel berikut:

TABEL X
HASIL UJI F (SIMULTAN)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	453.205	11	41.200	59.299
	Residual	259.158	373	.695	
	Total	712.364	384		

a. Dependent Variable: User Satisfaction

Didapatkan hasil bahwa nilai F-hitung jauh diatas atau melebihi nilai dari F-tabel, yakni 59,299 > 1,81. Hal tersebut berarti semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna.

TABEL XI
HASIL UJI T (PARSIAL)

Variabel	Nilai t-hitung
(Constant)	5,991
Content	3,177
Accuracy	5,266
Format	3,274
Ease of Use	3,638
Timeliness	-1,381
Performance	3,334
Information	2,630
Economic	-2,238
Control	2,666
Efficiency	.838
Service	3,488

Diketahui bahwa apabila nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, maka variabel tersebut memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Dalam tabel diatas diketahui bahwa semua variabel memberikan pengaruh kecuali *timeliness* dan *efficiency*. Selain itu, terdapat pula variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan menunjukkan tanda (arah) negatif, yakni *economic*.

TABEL XII
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.636	.625	.834

a. Predictors: (Constant), Service, Economic, Timeliness, Performance, Accuracy, Ease of Use, Format, Control, Information, Content, Efficiency

b. Dependent Variable: User Satisfaction

Didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) sebesar 63,6% dan untuk sisanya yakni 36,4% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

E. Pembahasan

Secara umum semua variabel sudah memberikan kepuasan kepada pengguna sesuai dengan nilai interpretasi puas atau tidaknya dari masing-masing indikator. Didapatkan hasil bahwa semua variabel berinterpretasi sangat puas dengan nilai tertinggi didapatkan oleh variabel *service* dan yang terendah didapatkan oleh variabel *timeliness*. Kemudian, secara simultan kesebelas variabel yang digunakan dalam penelitian ini memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan apabila secara parsial variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, *performance*, *information*, *economic control*, dan *service* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Dari kesembilan variabel tersebut semuanya menunjukkan tanda (arah) positif kecuali, variabel *economic* yang menunjukkan tanda (arah) negatif. Hal tersebut berarti, apabila semakin baik *economic* maka kepuasan pengguna akan menurun, begitupun sebaliknya. Lalu, secara parsial juga terdapat 2 variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, yakni *timeliness* dan *efficiency*.

TABEL XIII
RANGKUMAN HASIL HIPOTESIS

Variabel	Hipotesis	Hasil
Content	H1 diterima	H1 diterima
Accuracy	H2 diterima	H2 diterima
Format	H3 diterima	H3 diterima
Ease of Use	H4 diterima	H4 diterima
Timeliness	H5 diterima	H5 ditolak
Performance	H6 diterima	H6 diterima
Information	H7 diterima	H7 diterima
Economic	H8 diterima	H8 diterima
Control	H9 diterima	H9 diterima
Efficiency	H10 diterima	H10 ditolak
Service	H11 diterima	H11 diterima

F. Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan analisis data yang telah dibahas sebelumnya, peneliti mendapat beberapa rekomendasi perbaikan seperti pada variabel *timeliness* dan *efficiency* yang terbukti tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *live shopping* Aplikasi Shopee. Beberapa rekomendasi peneliti sesuai dengan hasil analisis data yaitu pada *timeliness*, *live shopping* Aplikasi Shopee dapat mempersingkat waktu tunggu saat memilih *live streaming*, ketepatan pengingat waktu tayang, maupun kecepatan dalam menampilkan informasi produk. Lalu, pada *efficiency* dimana penggunaan layanan pusat bantuan dari *live shopping* Aplikasi Shopee harus lebih sedia dalam menanggapi setiap keluhan ataupun masalah dari setiap pengguna dan meminimalisir kesalahan saat pertama kali dibuka maupun saat dioperasikan sehingga pengguna tidak merasa kesulitan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data penelitian, didapatkan hasil bahwa pengukuran kepuasan pengguna pada *Live Shopping* Aplikasi Shopee mendapatkan nilai interpretasi yang sangat memuaskan, dengan nilai tertinggi pada *service* sebesar

90,42%, yang berarti pengguna merasa sangat puas dan nilai terendah pada *timeliness* sebesar 78,31%. Kemudian ditemukan juga bahwa kesebelas variabel berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) *live shopping* Aplikasi Shopee, dilihat dari hasil uji F bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36,963 > 1,81$). Kemudian berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, *performance*, *information*, *economic control*, dan *service* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) *live shopping* Aplikasi Shopee. Semua variabel tersebut menunjukkan tanda (arah) positif kecuali *economic* yang menunjukkan tanda (arah) negatif. Lalu yang terakhir didapatkan bahwa *timeliness* dan *efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

V. SARAN

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai acuan untuk melakukan perbaikan pada *live shopping* Aplikasi Shopee, didasarkan pada beberapa variabel yang tidak memberikan pengaruh, seperti, *timeliness* dan *efficiency* sehingga adanya perbaikan pada aspek-aspek tersebut dapat membantu meningkatkan kepuasan pengguna.
2. Analisis pengukuran kepuasan pengguna dapat dilakukan dengan menggunakan kombinasi metode lainnya untuk mendapatkan hasil perhitungan yang berbeda.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengatasi keterbatasan yang ada pada penelitian ini seperti metode pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner dan variabel yang digunakan tidak mewakili semua faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna.

REFERENSI

- [1] Rizaty, M., A. 2022. Mayoritas Warga Gunakan Aplikasi Digital untuk Belanja Online, (Online), (<https://dataindonesia.id/digital/detail/mayoritas-warga-gunakan-aplikasi-digital-untuk-belanja-online>, diakses 14 Februari 2023).
- [2] Annur, C., M. 2022. Ini Deretan Produk yang Paling Banyak Dibeli dari Belanja Online di Live Streaming, (Online), (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/20/ini-deretan-produk-yang-paling-banyak-dibeli-dari-belanja-online-di-live-streaming>, diakses 10 Maret 2023).
- [3] Rizaty, M., A. 2022. Berapa Pengeluaran Masyarakat Indonesia untuk Belanja Online?, (Online), (<https://dataindonesia.id/digital/detail/berapa-pengeluaran-masyarakat-indonesia-untuk-belanja-online>, diakses 10 Maret 2023).
- [4] Septiani, L. 2023. Live Streaming TikTok Kalahkan Shopee Indonesia, (Online), (<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63d356a76fdca/live-streaming-tiktok-kalahkan-shopee-di-indonesia>, diakses 10 Maret 2023).
- [5] Doll, W. J., and G. Torkzadeh. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS Quarterly*. Vol. 12 (6): pp 259-274.
- [6] Nuryanti, Y. 2017. Kajian Penerapan Sistem Informasi Akademik dengan Menggunakan Metode Pieces dalam Meningkatkan Kepuasan Civitas Akademika STIESTMIK Insan Pembangunan. *Jurnal IPSIKOM*. Vol. 5 (2): hal. 2338-4093.

- [7] Damayanti, R., et. al. 2018. Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan Non Medis RS. Islam Siti Khadijah Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 15 (2): hal. 75-86.
- [8] Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [9] Rao, P. 2006. Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. *The Asian Manager*.
- [10] Riduwan. 2006. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfa Beta.

