

Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean

Ninik Ayu Nopitasari¹, Dwi Fatrianto Suyatno².

^{1,3} Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

¹ninikayu.19110@mhs.unesa.ac.id

²dwifatrianto@unesa.ac.id

Abstrak— TikTok merupakan platform video pendek yang memungkinkan pengguna untuk bebas berpikir dan mengekspresikan pikiran mereka dalam bentuk video pendek. Kemudian, video tersebut dapat dibagikan ke semua pengguna TikTok di seluruh dunia. Namun seiring dengan kemajuan teknologi, TikTok menawarkan banyak fitur menarik. Salah satu fiturnya yang menonjol adalah aplikasi belanja bernama TikTok Shop. TikTok Shop adalah platform belanja sosial online yang memungkinkan pengguna dan pembuat konten untuk mempromosikan dan menjual produk serta melakukan pembelian. Kepuasan pengguna terhadap suatu aplikasi sangat penting. Guna mengetahui tingkat kepuasan pengguna, maka perlu dilakukan pengukuran kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. Populasi penelitian ini adalah pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Dengan menggunakan rumus Lemeshow terpilih sebanyak 100 responden untuk menjadi sampel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM dengan tools SmartPLS. hasil pengukuran tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok, didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan pengguna merasa PUAS menggunakan fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Hal ini dapat dilihat pada nilai mean sebesar 3.358. hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa 7 hipotesis tidak diterima dan 1 hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean yaitu Content.

Kata Kunci— Kepuasan Pengguna, TikTok, TikTok Shop, EUCS, DeLone and McLean.

I. PENDAHULUAN

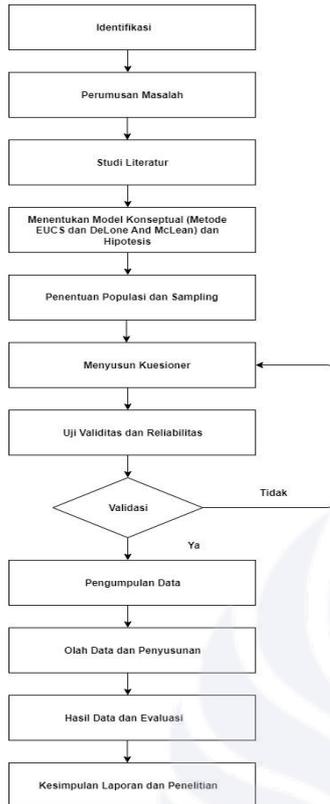
TikTok menawarkan banyak fitur menarik. Salah satu fiturnya yang menonjol adalah aplikasi belanja bernama TikTok Shop. TikTok Shop adalah platform belanja sosial online yang memungkinkan pengguna dan pembuat konten untuk mempromosikan dan menjual produk serta melakukan pembelian. Berjualan online di TikTok Shop memungkinkan mendapatkan uang dan keuntungan dari TikTok mengingat jumlah pengguna aplikasi ini juga semakin meningkat [1]. Keunggulan TikTok Shop dibandingkan toko media sosial lainnya, dapat melakukan banyak hal dengan satu aplikasi, menawarkan banyak penawaran belanja, kemampuan memperluas pasar, menampilkan ulasan produk dalam video

TikTok, menemukan produk dengan mudah, membeli dan menjual dengan aman. Kepuasan merupakan penilaian terhadap karakteristik suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Itulah mengapa penting untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian kepuasan pengguna untuk mengetahui hal-hal apa saja yang diinginkan konsumen untuk dikembangkan atau dipertahankan oleh perusahaan [2]. Dalam melakukan analisis, diperlukan metode yang digunakan sebagai suatu aturan untuk mengubah atau mengolah data numerik menjadi data yang dapat menghasilkan suatu informasi yang berguna. End User Satisfaction adalah suatu metode untuk mengukur tingkat keputusan pengguna suatu sistem aplikasi dengan membandingkan harapan dan realitas sistem informasi. Definisi Skor Pengguna Akhir: Kepuasan dengan sistem informasi adalah penilaian keseluruhan pengguna sistem informasi tentang pengalaman mereka dengan sistem. Penilaian terhadap model ini menyoroti kepuasan pengguna akhir dengan aspek teknologi, konten sistem, akurasi, format, waktu, dan kemudahan penggunaan (Binus, 2020). Model DeLone and McLean merupakan model yang mengukur keberhasilan suatu sistem informasi dari sudut pandang pengguna (Hudin et al., 2018) [3]. Untuk mengukur kepuasan pemakai atau pengguna sistem, peneliti menggunakan model EUCS dan DeLone and McLean karena merupakan salah satu model yang paling terkenal dan sering diuji. Penelitian ini dilakukan analisis kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean guna mengukur tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok dan mengetahui Apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok [4].

II. METODE PENELITIAN

Penelitian akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur kepuasan pengguna akhir dari sisi isi, akurasi, kemudahan, bentuk, ketepatan waktu fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Penelitian ini dilakukan melalui tahapan yang diawali dengan perumusan masalah, yang dilanjutkan dengan studi literatur, penentuan populasi dan sampling, hingga akhirnya hasil data dan evaluasi sehingga didapatkan kesimpulan. Berdasarkan analisis yang berpedoman pada hubungan-hubungan di atas, maka dapat

disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti gambar dibawah ini.



Gbr 1. Pendekatan Penelitian

A. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan agar dapat mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi. Identifikasi dilakukan melalui tahapan studi literatur, penentuan populasi dan sampling, hingga akhirnya hasil dan data evaluasi sehingga didapatkan kesimpulan.

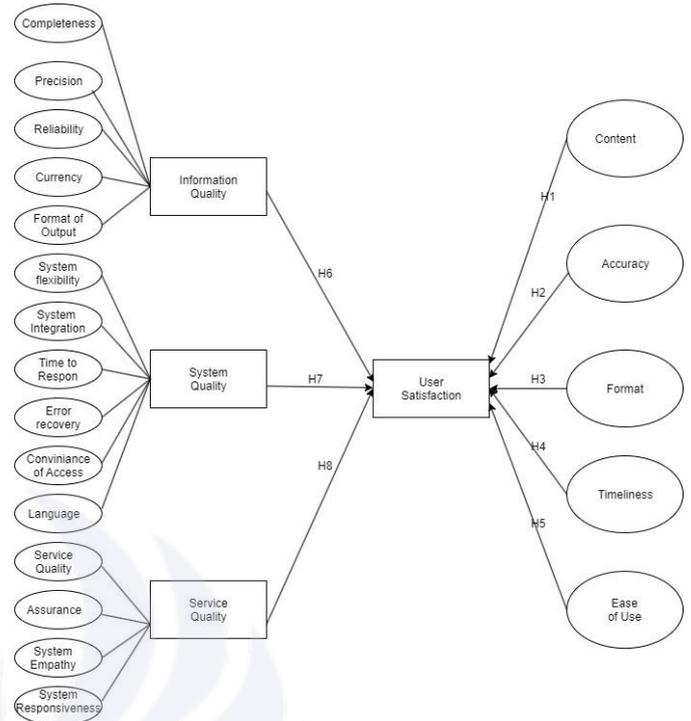
Permasalahan yang diidentifikasi pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok diukur menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean?

B. Studi Literatur

Peneliti meninjau literatur yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Literatur terdiri dari buku-buku tentang metode penelitian dengan menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean kemudian SmartPLS untuk pemrosesan data. Setelah itu peneliti memperdalam materi dengan mengkaji majalah yang subjeknya adalah kepuasan pengguna. Hal ini diperlukan karena peneliti membutuhkan lebih banyak informasi dan referensi [5].

C. Menentukan Model Konseptual



Gbr 2. Model Konseptual EUCS dan DeLone and McLean

Pemilihan model dengan penambahan ketiga variabel DeLone and McLean ini juga didukung oleh (Nurakbar, 2021) yang menyebutkan bahwa kepuasan pengguna dapat diukur berdasarkan kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan pada model DeLone and McLean. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini dibedakan menjadi variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pengguna (user satisfaction), sedangkan variabel independennya adalah konten (content), akurasi (accuracy), format (format), kemudahan pengguna (ease of use), ketepatan waktu (timeliness), kualitas informasi (information quality), kualitas sistem (system quality), dan kualitas layanan (service quality).

1. Content

Dimensi ini mengukur kepuasan pengguna dengan klasifikasi halaman konten sistem. Isi sistem biasanya terdiri dari fungsi dan modul yang dapat memberikan informasi yang digunakan oleh pengguna sistem serta informasi yang dihasilkan oleh sistem. Dimensi konten juga mengukur apakah sistem menghasilkan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Semuanya lebih lengkap Modul dan informasi yang disediakan oleh sistem. Kepuasan pengguna yang lebih tinggi.

2. Accuracy

Dimensi ini mengukur kepuasan pengguna keakuratan data pada saat masukan diterima oleh sistem kemudian mengolahnya menjadi informasi. Ketepatan Sistem diukur dengan melihat seberapa sering sistem tersebut menghasilkan output yang salah saat memproses input pengguna, selain itu,

juga terlihat seberapa sering itu memiliki kesalahan atau kesalahan pengolahan data.

2. Format

Dimensi ini mengukur kepuasan pengguna. Tampilan dan estetika antarmuka pengguna sistem, format laporan atau data yang dihasilkan oleh sistem, apakah antarmuka pengguna sistem menarik, dan apakah tampilan sistem dapat memfasilitasi penggunaan sistem bagi pengguna secara tidak langsung mempengaruhi kinerja pengguna.

3. Timeliness

Dimensi ini mengukur kepuasan pengguna terhadap ketepatan waktu sistem dalam menyajikan atau menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Sistem real-time dapat digolongkan sebagai sistem real-time, artinya setiap permintaan atau masukan pengguna langsung diproses dan hasilnya ditampilkan dengan cepat tanpa waktu tunggu yang lama.

5. Ease of Use

Dimensi ini mengukur kepuasan pengguna terhadap usability atau kemudahan penggunaan sistem, seperti memasukkan data, mengolah data dan menemukan informasi yang diperlukan.

6. Kualitas Informasi (Information Quality) mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi J. Livari (2005), dipengaruhi oleh kelengkapan (completeness), ketepatan (precision), keandalan (reliability), data selalu diperbarui (currency), dan bentuk keluaran (format of output).

7. Kualitas Sistem (System Quality) digunakan untuk mengukur kualitas informasi system itu sendiri, baik software maupun hardware J. Livari (2005), dipengaruhi oleh system flexibility, system integration, time to respo, error recovery, convenience of acces, dan language.

8. Kualitas Layanan (Service Quality) sebagai perbandingan dari harapan pelanggan dengan persepsi dari layanan nyata yang mereka terima. Menurut DeLone and McLean (2003) dipengaruhi oleh service quality, assurance, system empathy, system responsiveness.

D. Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode teknik random sampling. Menurut Forum Akademik (2022), Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui pasti [6].

Pada penelitian ini menghitung jumlah sampel pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok di wilayah Jawa Timur. Menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow (Lemeshow S, Hosmer D, Klar J. Lwanga S, 1990:2), yaitu sebagai berikut:

$$n = (z^2 p(1-p))/d^2$$

Dimana:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimum estimasi = 50% = 0,5

d = tingkat kesalahan = 10%

Memilih p = 0,5 yang akan selalu memberikan jumlah subjek penelitian yang cukup, berapapun prevalensi yang sebenarnya pada populasi (Lemeshow et al., 1990). Dengan koefisien kepercayaan 96% dan sampling error sebesar 10%.

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil hitung yang sudah diperoleh, terdapat jumlah minimum responden untuk penelitian ini adalah sebanyak 96 responden lalu dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian yang digunakan peneliti adalah kuesioner yang terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian pertama terdiri dari penjelasan penelitian dan bagian kedua merupakan bagian pengisian kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terkait dengan profil responden dan pertanyaan terkait dengan analisis kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Pertanyaan yang ada dalam kuesioner terdiri dari 2 bagian, diantaranya adalah:

1. Pertanyaan profil responden yang terdiri dari Nama, Alamat/Tempat Tinggal, Pekerjaan, Jenis Kelamin, Usia.
2. Pertanyaan sesuai dengan penelitian yang telah disusun berdasarkan indikator dari variable model End User Computing Satisfaction dan DeLone and McLone. Seperti pada tabel dibawah:

TABEL I

INDIKATOR EUCS DAN DELONE AND MCLEAN

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Content	Relevansi	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menyediakan konten yang sesuai dengan kebutuhan
	Keragaman Penyajian	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menyediakan konten yang beragam
	Kualitas	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menyediakan konten yang berkualitas
	Manfaat	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menyediakan konten yang bermanfaat
Accuracy	Akurasi	Fitur TikTok Shop pada

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Format		aplikasi TikTok menyajikan informasi yang akurat
	Reliabel	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menghasilkan informasi yang terpercaya
	Keselarasan Output dan Input Sistem	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menampilkan output yang sesuai dengan apa yang diperintahkan
	Menarik	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memiliki tampilan sistem yang menarik
Ease of Use	Kejelasan	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memiliki tampilan sistem yang jelas
	Learnability	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memiliki tampilan sistem yang mudah dimengerti
	Kemudahan dalam penggunaan	Tampilan fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memudahkan pengguna dalam menggunakan fitur
	User Friendly	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memiliki sistem yang mudah digunakan
Timeliness	Mudah Dipahami	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memiliki sistem yang mudah dipahami
	On Time	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memiliki informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu
System Quality	Up To Date	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memberikan informasi yang terkini
	Response System	Sistem fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok merespon perintah dari pengguna dengan cepat
Kualitas informasi	Security	Sistem fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memberikan informasi sesuai dengan fungsi dan kebutuhan pengguna, demi keamanan data pengguna
	Kekinian	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menyajikan informasi yang sesuai dengan kondisi terkini
Kualitas layanan	Credible	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menyajikan informasi yang terpercaya
	Responsif	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menampilkan informasi transaksi yang sesuai yang diperintahkan secara cepat
	Jaminan	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok memberikan rasa aman pada pengguna

Variabel	Indikator	Pertanyaan
User Satisfaction		dalam melakukan transaksi
	Efektifitas	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok dalam penggunaannya sudah efektif
	Efisiensi	Fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok sudah bekerja secara efisien
	Kepuasan secara menyeluruh	Kinerja fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok secara keseluruhan sudah memuaskan

Pilihan jawaban pada setiap pertanyaan dalam kuesioner disusun menggunakan Skala Likert seperti pada table dibawah ini.

TABEL II
SKALA LIKERT

Simbol	Kriteria Penilaian	Skor
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini merupakan kuesioner. Kuesioner berguna untuk mengetahui sejauh mana pengguna merasakan kepuasan terhadap fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Kuesioner disebar secara online pada sosial media dengan menggunakan google form. Pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dibuat berdasarkan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *DeLone and McLone*. Skala penilaian yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert dimana setiap pertanyaan memiliki jawaban yang masing-masing jawabannya memiliki nilai. Angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju, angka 2 menunjukkan tidak setuju, angka 3 menunjukkan setuju, angka 4 menunjukkan sangat setuju.

G. Hasil Data dan Evaluasi

Penelitian ini memiliki beberapa tahapan dalam proses analisis dan evaluasi hasil dari data yang telah didapatkan, yaitu :

1. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengolah data menggunakan aplikasi *SmartPLS for windows*.
2. Dilakukan proses Analisa data untuk menghasilkan informasi dari kumpulan data yang sudah ada. Data yang akan dianalisa tentunya perlu disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami agar memudahkan proses analisa. Penyajian data akan menggunakan tabel dan grafik.

3. Analisis data dilakukan jika sumber data yang berasal dari kuesioner cukup dan lengkap. Proses yang dilakukan peneliti selanjutnya adalah mengelompokkan data, mentabulasikan data menurut variabel dan menghitung jawaban sesuai dengan rumusan masalah penelitian.
4. Hipotesis yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:
 H1: Konten (*Content*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.
 H2: Akurasi (*Accuracy*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.
 H3: Format (*Format*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.
 H4: Kemudahan (*Ease of use*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.
 H5: Ketepatan waktu (*Timeliness*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok.
 H6: Kualitas sistem (*System Quality*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok,
 H7: Kualitas informasi (*Information Quality*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.
 H8: Kualitas layanan (*Service Quality*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Demografi Responden

Pengambilan data dilakukan dalam waktu 7 hari dimulai dari 12 mei - 17 mei 2023 dengan responden sebanyak 100 orang. Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, diketahui informasi demografis yang terdiri dari alamat tempat tinggal, pekerjaan, Jenis Kelamin, Usia, No telepon dan kepuasan pengguna. Berikut ini adalah hasil rekapitulasi hasil analisis demografis pada penelitian ini:

1. Jenis Kelamin

Dari 100 responden 41,7% diantaranya adalah laki-laki dan 58,3% lainnya berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Diketahui responden pada penelitian ini terdiri dari 10,7% responden berusia kurang dari 20

tahun, 70,9% responden berusia 20-25 tahun, 17,5% responden berusia lebih dari 25%

B. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kebenaran dan akurasi survei sebagai alat penelitian untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap fungsi TikTok shop pada aplikasi TikTok. 10 responden digunakan untuk menguji validitas peneliti, dan kriteria validasi berlaku. Kriterianya adalah r-hitung > r-tabel, dimana r-tabel adalah 0,60 dan taraf signifikansi 5%. Berikut hasil uji validitas yang diperoleh:

TABEL III
UJI VALIDITAS

No	Indikator	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	C1	0,60	0,877	Valid
2	C2	0,60	0,884	Valid
3	C3	0,60	0,772	Valid
4	C4	0,60	0,831	Valid
5	A1	0,60	0,605	Valid
6	A2	0,60	0,764	Valid
7	A3	0,60	0,678	Valid
8	F1	0,60	0,78	Valid
9	F2	0,60	0,897	Valid
10	F3	0,60	0,736	Valid
11	F4	0,60	0,827	Valid
12	E1	0,60	0,815	Valid
13	E2	0,60	0,883	Valid
14	T1	0,60	0,875	Valid
15	T2	0,60	0,687	Valid
16	S1	0,60	0,839	Valid
17	S2	0,60	0,868	Valid
18	KI1	0,60	0,93	Valid
19	KI2	0,60	0,881	Valid
20	KL1	0,60	0,971	Valid
21	KL2	0,60	0,873	Valid
22	U1	0,60	0,897	Valid
23	U2	0,60	0,886	Valid
24	U3	0,60	0,642	Valid

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa konsisten kuesioner sebagai alat penelitian untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap fitur TikTok store pada aplikasi TikTok. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha tidak kurang dari atau sama dengan 0,6 (Ghozali, 2016).

TABEL IV
 UJI REABILITAS

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Item
.956	24

Hasil dari uji reabilitas yang dilakukan pada tabel diatas telah menyatakan bahwa instrument telah dinyatakan reabiliti dikarenakan memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

C. Analisis Data

1. Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

a. Convergen Validity

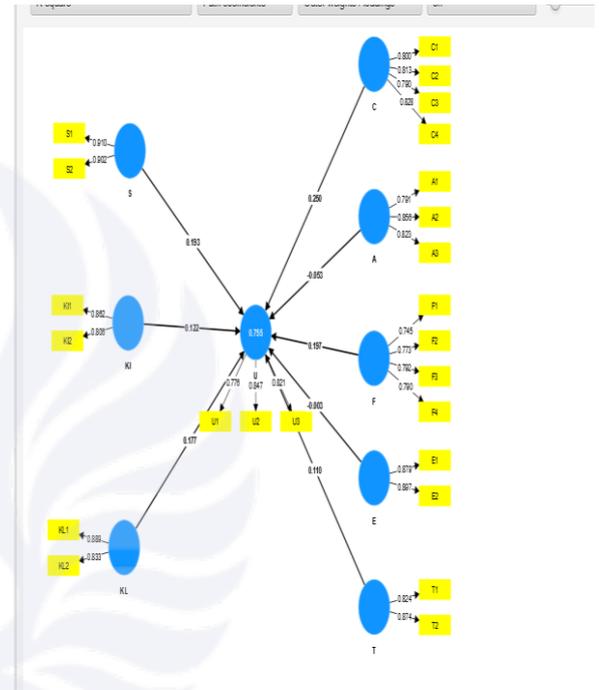
Convergen Validity dilakukan dengan melihat titik reliabilitas yang diberikan oleh nilai loading factor. Koefisien loading adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor indikator pengukur konstruk. Nilai faktor geser yang lebih besar dari 0,6 dianggap valid.

TABEL V
 OUTER LOADING

	Outer loadings
A1<-A	0.791
A2<-A	0.856
A3<-A	0.823
C1<-C	0.800
C2<-C	0.813
C3<-C	0.790
C4<-C	0.828
E1<-E	0.879
E2<-E	0.897
F1<-F	0.745
F2<-F	0.773
F3<-F	0.792
F4<-F	0.790
KI1<-KI	0.862
KI2<-KI	0.806
KL1<-KL	0.889
KL2<-KL	0.833
S1<-S	0.910
S2<-S	0.902
T1<-T	0.824
T2<-T	0.874

	Outer loadings
U1<-U	0.776
U2<-U	0.847
U3<-U	0.821

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel V Bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini nilai loading factor yang lebih besar dari 0,70 dan dinyatakan valid.



Gbr 3 Hasil Perhitungan SmartPLS

b. Diskriminant Validity

TABEL VI
 HASIL CROSS LOADING

	A	C	E	F	KI	KL	S	T	U
A1	0.791	0.563	0.500	0.507	0.521	0.541	0.511	0.400	0.502
A2	0.856	0.625	0.562	0.722	0.585	0.673	0.618	0.603	0.649
A3	0.823	0.626	0.624	0.596	0.593	0.685	0.541	0.573	0.563
C1	0.571	0.800	0.485	0.579	0.558	0.534	0.458	0.503	0.585
C2	0.620	0.813	0.501	0.613	0.708	0.559	0.520	0.605	0.617
C3	0.553	0.790	0.564	0.582	0.625	0.581	0.565	0.601	0.641
C4	0.628	0.828	0.597	0.672	0.639	0.538	0.602	0.602	0.680
E1	0.622	0.541	0.879	0.646	0.555	0.655	0.585	0.543	0.589
E2	0.592	0.641	0.897	0.677	0.645	0.686	0.629	0.519	0.633
F1	0.502	0.533	0.534	0.745	0.578	0.500	0.549	0.490	0.517
F2	0.587	0.628	0.568	0.773	0.508	0.593	0.465	0.605	0.599
F3	0.638	0.547	0.565	0.792	0.607	0.562	0.694	0.617	0.655
F4	0.581	0.640	0.638	0.790	0.587	0.648	0.568	0.613	0.667
KI1	0.605	0.647	0.596	0.689	0.862	0.619	0.556	0.720	0.671
KI2	0.541	0.666	0.532	0.528	0.806	0.480	0.516	0.535	0.575

KL1	0.734	0.624	0.639	0.637	0.572	0.889	0.544	0.619	0.681					
KL2	0.587	0.551	0.669	0.653	0.574	0.833	0.573	0.476	0.565					
S1	0.646	0.631	0.691	0.676	0.602	0.634	0.910	0.666	0.676					
S2	0.584	0.576	0.546	0.659	0.561	0.534	0.902	0.518	0.650	0.764	0.776	0.863	0.678	
T1	0.576	0.637	0.431	0.659	0.676	0.543	0.562	0.824	0.573	0.823	0.825	0.883	0.653	
T2	0.527	0.587	0.575	0.627	0.620	0.549	0.554	0.874	0.669	0.732	0.735	0.882	0.788	
U1	0.590	0.592	0.503	0.551	0.527	0.540	0.547	0.483	0.776	0.779	0.785	0.857	0.601	
U2	0.564	0.692	0.647	0.703	0.732	0.601	0.661	0.653	0.847					
U3	0.563	0.626	0.523	0.671	0.556	0.636	0.574	0.645	0.821					

Hasil cross-loading pada Tabel VI menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan indikator lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki Discriminant Validity yang baik, dimana indikator dari blok indikator konstruk lebih baik dari indikator blok lainnya.

Uji validitas selanjutnya adalah kriteria Fornell-Larcker, yang menunjukkan validitas suatu variabel jika variabel tersebut memiliki korelasi yang lebih tinggi daripada korelasi antar variabel yang berbeda. Hasil Fornell-Lacker ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL VII

HASIL FORNELL-LACKER

	A	C	E	F	KI	KL	S	T	U
A	0.824								
C	0.735	0.808							
E	0.683	0.667	0.888						
F	0.748	0.759	0.746	0.775					
KI	0.689	0.784	0.677	0.735	0.834				
KL	0.773	0.684	0.756	0.746	0.664	0.861			
S	0.680	0.667	0.684	0.737	0.643	0.646	0.906		
T	0.646	0.717	0.597	0.754	0.759	0.642	0.655	0.849	
U	0.699	0.783	0.689	0.792	0.749	0.728	0.732	0.734	0.815

Tabel VII di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk yang bersangkutan lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga model dapat dikatakan memiliki Discriminant Validity yang baik. Dalam hal ini nilai kriteria nilai terendah Fornell-Lacker adalah Format, yaitu 0,775.

c. Composite Reability

Outer model selain diukur dengan nilai *convergent validity* dan *discriminant valisity* juga dapat dilakukan dengan melihat reabilitaskonstrak atau variabel laten yang diukur dengan nilai composite reability.

TABEL VIII

NILAI COMPOSITE REABILITY

	Cronbach' s alpha	Composit e	Composit e	Average variance
--	-------------------	------------	------------	------------------

	reliability (rho_a)	reliability (rho_c)	extracte d (AVE)
KI	0.566	0.575	0.821
KL	0.654	0.670	0.852
S	0.781	0.782	0.901
T	0.616	0.625	0.838
U	0.748	0.757	0.856

Dalam Tabel VIII Menunjukkan nilai cronbach's alpha lebih dari 0.60 dan semua variabel memiliki nilai AVE > 0.50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik dan sesuai batas minimum yang ditetapkan.

2. Inner Model

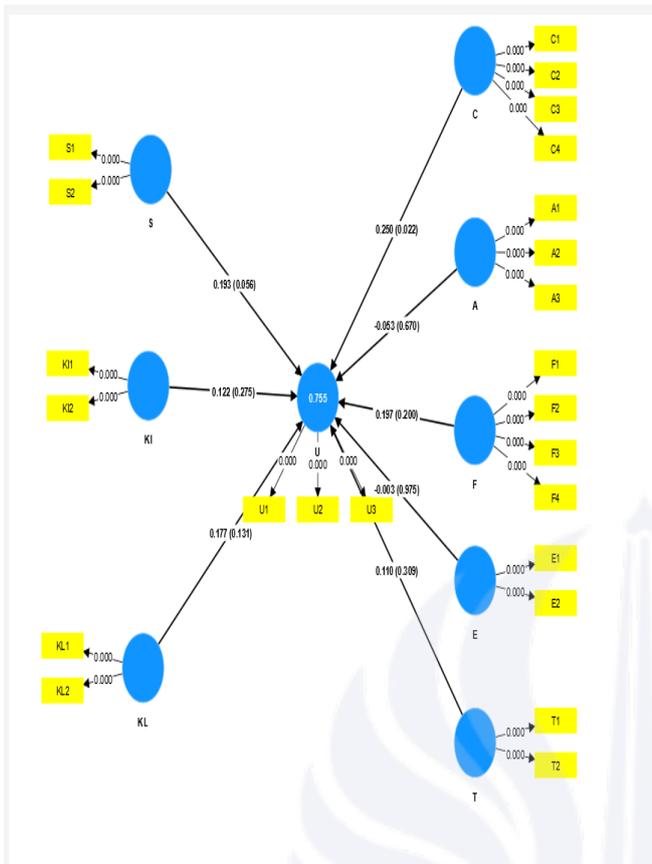
1. Uji Path Coefficient (β)

TABEL IX

HASIL PATH COEFFICIENT

Hubungan antar Variabel	Path Coefficient (β)
A -> U	0.053
C -> U	0.250
E -> U	-0.003
F -> U	0.197
KI -> U	0.122
KL -> U	0.177
S -> U	0.193
T -> U	0.110

Hasil analisis structural model tahap pertama yaitu pengujian path coefficient dapat dilihat dari Tabel 4. 7, dimana terdapat 2 dari 8 jalur yang memiliki nilai path coefficient dibawah ambang batas 0.1, yaitu jalur A -> U dan E -> U, hal ini berarti kedua jalur memiliki pengaruh yang tidak signifikan dalam model. Berikut ini gambar model path coefficient:



Gbr 4 Model Path Coefficient

2. Uji Coefficient of Determination (R^2)

Tahap kedua yaitu pengujian R-Square yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan seberapa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Standar pengukuran Coefficient of Determination (R^2) sekitar 0,67 untuk dikatakan sebagai kuat, sekitar 0,33 moderat, dan $\leq 0,19$ menunjukkan tingkat varian yang lemah. Penelitian ini memiliki satu variabel laten dependen yaitu User Satisfaction (US) (Hair et al.,2019).

TABEL X
HASIL NILAI R-SQUARE

	R-square	R-square adjusted
U	0.755	0.734

Dari tabel diatas kemudian dilakukan uji GoF didapat dari perkalian nilai akar rata-rata User Satisfaction dengan nilai akar rata-rata r-square, maka menjadi:

$$\text{AVE} \quad \text{Rata-rata} \quad = \\ (0.678+0.653+0.788+0.601+0.696+0.742+0.820+0.721+0.664) = 0.707$$

$$R^2 \text{ Rata-rata} = ((0.707+0.734))/2 = 0.747$$

$$\text{GoF} = \sqrt{((0.707) \times 0.747)} = \sqrt{0.526} = 0.726$$

Dari hasil GoF di atas diperoleh nilai 0.726 sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki GoF yang besar. Semakin besar nilai GoF maka semakin sesuai dalam menggambarkan sampel penelitian.

3. Uji t-test menggunakan metode *bootstrapping*

Pengujian t-test dilakukan dengan metode bootstrapping pada SmartPLS dengan menggunakan uji two-tailed dengan tingkat signifikansi 5% dalam menguji hipotesis-hipotesis penelitian. Hipotesis akan diterima apabila memiliki nilai t-test lebih besar dari 1,96 (Hair et al., 2019).

TABEL XI
HASIL UJI T-TEST

Hubungan antar Variabel	T-test	Analisis
A -> U	0.425	Ditolak
C -> U	2.293	Diterima
E -> U	0.031	Ditolak
F -> U	1.281	Ditolak
KI -> U	1.093	Ditolak
KL -> U	1.512	Ditolak
S -> U	1.911	Ditolak
T -> U	1.017	Ditolak

Hasil ditunjukkan pada Tabel XI dimana terdapat 1 hipotesis yang memiliki nilai diatas 1.96 yaitu C -> U dengan nilai 2.293 yang berarti hipotesis ini diterima dan 7 hipotesis lainnya ditolak.

D. Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel dilakukan analisis hipotesis dan dilakukan metode bootstrapping. Pendekatan bootstrapping memberikan representasi nonparametrik dari akurasi estimasi. Dalam metode PLS, keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi (P-value) dan nilai t-tabel. Pada aplikasi SmartPLS, nilai signifikansi dapat ditentukan dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-value > 1,96 dan/atau p-value << 0,05 pada taraf signifikansi 5% (α 5%), maka H_a diterima dan H_0 ditolak (Abdillah, 2018). Hipotesis berikut diajukan dalam penelitian ini:

TABEL XII
 HASIL BOOTSTRAPPING

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
A - > U	-0.053	-0.045	0.125	0.425	0.670
C - > U	0.250	0.254	0.109	2.293	0.022
E - > U	-0.003	-0.005	0.109	0.031	0.975
F - > U	0.197	0.192	0.154	1.281	0.200
KI > U	0.122	0.120	0.112	1.093	0.275
KL > U	0.177	0.176	0.117	1.512	0.131
S - > U	0.193	0.199	0.101	1.911	0.056
T - > U	0.110	0.106	0.108	1.017	0.309

Dari data dapat menguraikan analisis hipotesis berupa:

- H1: Konten (Content) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (user satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

Ekspetasi Content terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.196 dan memiliki t-statistik 2.293 < 1.96 serta memiliki p-values 0.022 > 0.05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama Diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh (Hidayah & Rustamaji, 2018; Ratnasari, 2018; Saputra & Kurniadi, 2019) yang menyatakan bahwa content berpengaruh signifikan terhadap user satisfaction.

- H2: Akurasi (Accuracy) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

Ekspetasi Accuracy terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.125 dan memiliki t-statistik 0.425 < 1.96 serta memiliki p-values 0.670 > 0.05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan

Saputri (2020) dan Radin Dewa (2020). Pada penelitian mereka mengatakan bahwa variabel accuracy atau ketepatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (user satisfaction). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa karakteristik konsumen di Indonesia umumnya mudah memaklumi dan memaafkan kesalahan, meskipun masih

terjadi kurangnya akurasi pada sistem aplikasi yang notabene masih tergolong baru bagi masyarakat, maka masyarakat cenderung akan memakluminya dan masih berkenan/antusias untuk menggunakannya,

tentu dengan harapan akan terjadinya perbaikan-perbaikan kedepannya.

- H3: Format (Format) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

Ekspetasi Format terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.154 dan memiliki t-statistik 1.281 < 1.96 serta memiliki p-values 0.200 > 0.05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh (Hidayah & Rustamaji, 2018; Ratnasari, 2018; Saputra * Kurniadi, 2019) yang menyatakan bahwa format tidak berpengaruh signifikan terhadap user satisfaction. Dimana kepuasan pengguna Aplikasi TikTok Shop tidak dipengaruhi oleh sisi tampilan aplikasi itu sendiri.

- H4: Kemudahan (Ease of use) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

Ekspetasi Ease of use terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.109 dan memiliki t-statistik 0.031 < 1.96 serta memiliki p-values 0.975 > 0.05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Penelitian mendukung penelitian dari Fandiyanto, dkk (2017) menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja secara online. Semakin besar kemudahan yang diberikan, maka tidak akan mempengaruhi keputusan belanja oleh konsumen.

- H5: Ketepatan waktu (Timeliness) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok.

Ekspetasi Timelines terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.108 dan memiliki t-statistik 1.017 < 1.96 serta memiliki p-values 0.309 > 0.05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Berdasarkan hasil ini, penelitian yang dilakukan oleh (Melisa, 2022) bahwa ketepatan waktu pada layanan J&T expres pada marketplace tidak berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Marketplace.

- H6: Kualitas sistem (System Quality) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

Ekspetasi System Quality terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.101 dan memiliki t-statistik $1.911 < 1.96$ serta memiliki p-values $0.056 > 0.05$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Berdasarkan hasil ini, penelitian yang dilakukan oleh Rudini (2016), juga menyebutkan hal yang sama. Menurutnya, kualitas sistem tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena konsumen sebagai pengguna sistem lebih berfokus kepada pelayanan dan kelengkapan pada aplikasi tersebut.

- H7: Kualitas informasi (Information Quality) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

Ekspetasi Information Quality terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.112 dan memiliki t-statistik $1.093 < 1.96$ serta memiliki p-values $0.275 > 0.05$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Metode Delone dan Mclean Dalam Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi Shopee oleh (Yuyun, 2019) yang menyatakan bahwa Information Quality tidak berpengaruh signifikan terhadap user satisfaction.

- H8: Kualitas layanan (Service Quality) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (User Satisfaction) pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.

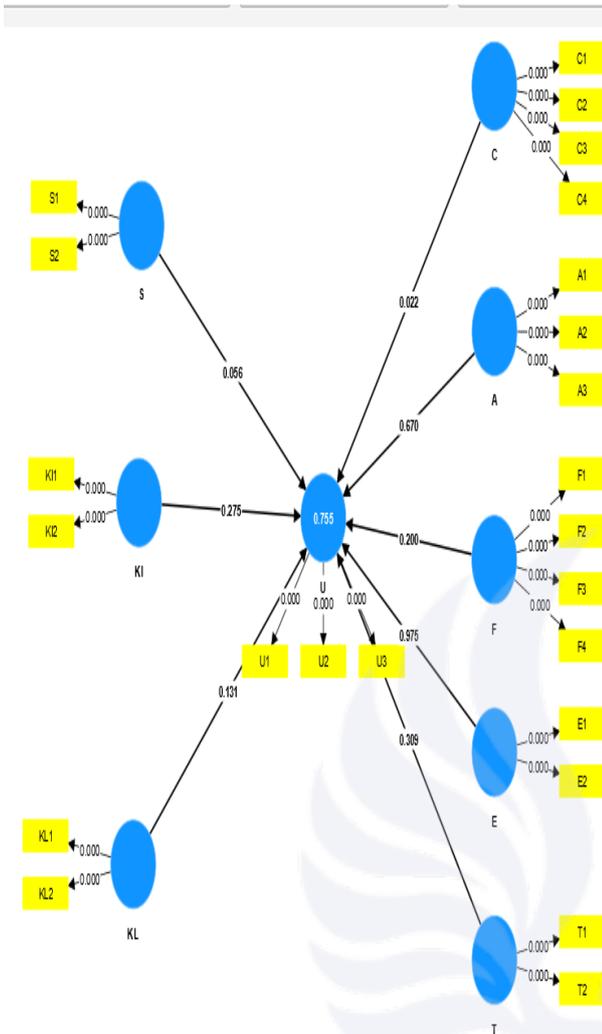
Ekspetasi Service Quality terhadap User Satisfaction tidak berpengaruh signifikan karena memiliki koefisien jalur 0.117 dan memiliki t-statistik $1.512 < 1.96$ serta memiliki p-values $0.313 > 0.05$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua Ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Metode Delone dan Mclean Dalam Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi Shopee oleh (Yusrina, 2019) yang menyatakan bahwa service quality tidak berpengaruh terhadap user satisfaction ini dikarenakan Adanya kualitas layanan yang dihasilkan tidak mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Dari uraian diatas maka hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

TABEL XIII
 Ringkasan Hasil Hipotesis

	Hipotesis	Keterangan
H1	<i>Content</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Diterima
H2	<i>Accuracy</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak
H3	<i>Format</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak
H4	<i>Ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak
H5	<i>Timeliness</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak
H6	<i>System Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak
H7	<i>Information Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak
H8	<i>Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction</i> pada fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok.	Ditolak

Berikut gambaran dari hasil perhitungan bootstrapping yang dilakukan menggunakan SmartPLS untuk melakukan analisis hipotesis



Gbr 5 Hasil Bootstrapping

E. Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis rata-rata (Average Analysis), yaitu teknik perhitungan kelompok yang dilihat dari rata-rata kelompok yang digunakan dalam pengolahan data survei. Rata-rata juga merupakan cara mengukur pusat data menurut skala proporsional atau minimum, membagi total dengan semua indikator target pengamatan. Pada penelitian ini penentuan nilai rata-rata respon seorang responden didasarkan pada penggunaan skala Likert.

TABEL XIV
HASIL PERHITUNGAN MEAN

Variabel	N	Min	Max	Mean
C	100	1	4	3.417
A	100	1	4	3.466

Variabel	N	Min	Max	Mean
F	100	1	4	3.347
E	100	1	4	3.245
T	100	1	4	3.405
S	100	1	4	3.321
KI	100	1	4	3.345
KL	100	1	4	3.250
U	100	1	4	3.431
Jumlah Rata-Rata				3.358

Berdasarkan hasil pada tabel di atas nilai bobot minimal semua variabel adalah 1 yang berarti responden memiliki jawaban yang tidak sesuai dengan pertanyaan sama sekali. Nilai maksimal pada tabel di atas adalah 4 yang berarti jawaban responden sangat setuju dengan pertanyaan yang diajukan. Rerata dari 9 variabel di atas adalah 3.358 yang berarti sebagian besar responden setuju atau tidak setuju dengan fungsi TikTok shop pada aplikasi TikTok.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan terkait Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok, didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan pengguna merasa PUAS menggunakan fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Hal ini dapat dilihat pada nilai mean sebesar 3.358.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa 8 hipotesis tidak diterima dan 1 hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean yaitu Content.

V. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan saran, sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis kepuasan pengguna suatu aplikasi dengan mengembangkan atau menggunakan model lainnya.
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk lebih memperhatikan perbandingan persebaran data responden seluruhnya dengan persebaran data sampel, baik untuk kategori jenis kelamin, usia, lama penggunaan aplikasi maupun kategori lainnya pada proses pengumpulan data responden, agar hasil penelitiannya dapat digeneralisasi dengan baik.

REFERENSI

- [1] D, P. R. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi FLIP.ID Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End User Computing Satisfaction (EUCS).
- [2] Damayanti, A. (2018). EVALUASI KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TAPP MARKET MENGGUNAKAN METODE EUCS (END USER COMPUTING SATISFACTION). Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer.
- [3] Darwati, L. (2022). ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI OVO MENGGUNAKAN METODE END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS). Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer, 34-42
- [4] Darwati, L., & Fitriyani. (2022). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). Jurnal UMI, 7, 24-42.
- [5] Debora, D. (2022). Pengertian Analisis Adalah: Berikut Jenis dan Fungsinya. Retrieved from <https://www.detik.com/bali/berita/d-6458995/pengertian-analisis-adalah-berikut-jenis-dan-fungsinya>
- [6] Fitriansyah, A., & Harris, I. (2018). Pengukuran kepuasan pengguna situs web dengan metode End User Computing Satisfaction (EUCS). Journal of Information Systems, 2-6.
- [7] Indonesia, C. (2022). Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>
- [8] Inggih , P. (2022). *Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan Beberapa Fitur-fiturnya.* Retrieved from <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>
- [9] Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna. Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI), 3, 36-44.
- [10] Knowledges. (2022). Mempelajari Fakta Menarik Tentang Tiktok untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Milenial di <https://redcomm.co.id/knowledges/mempelajari-fakta-menarik-tentang-tiktok-untuk-meningkatkan-jumlah-pelanggan-milenial?readmore=true>.
- [11] Nasfati, S. (2021). Keunggulan Jual-Beli di TikTok Shop. Retrieved from <https://www.harianhaluan.com/lifestyle/pr-101217986/keunggulan-jual-beli-online-di-tiktok-shop>
- [12] Octavia, V. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi BCA Mobile Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Delone and Mclean. Skripsi.
- [13] Ratna, S. H., & Cahyani, B. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Go-Jek dengan Menggunakan Metode TAM. Jurnal PROSISKO, 2406-7733.
- [14] Ratnasari, A. (2019). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kinerja Portal Universitas Alma Ata Menggunakan Pendekatan End-User Computing Satisfaction Dan Delone and Mclane Model. Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI), 66.
- [15] Saputri, N. O., & Alvin. (2020). Measurement of User Satisfaction Level in the Bina Darma Information Systems Program Portal Using End User Computing Satisfaction Method. Journal of Information System and Informatics (ISI), 2656-4882.
- [16] Suprpta, K. (2018). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Sistem Pemilihan Konsentrasi Dengan Menggunakan Metode EUCS. Jurnal Sistem dan Informatika, 13, 2460-3732.

