

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DAN
PENGARUH FITUR TIKTOK *SHOP* PADA APLIKASI
TIKTOK MENGGUNAKAN METODE *END USER
COMPUTING SATISFACTION (EUCS)***

TUGAS AKHIR

Oleh :

Nama : Putri Salha Nadia

NPM : 197006049



**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DAN PENGARUH FITUR TIKTOK
SHOP PADA APLIKASI TIKTOK MENGGUNAKAN METODE *END
USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)***

TUGAS AKHIR


Oleh :

Nama : Putri Salha Nadia

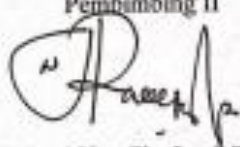
NPM 197006049

Menyetujui,

Tasikmalaya, 16 Oktober 2023
Pembimbing I


Ir. Alam Rahmatulloh, S.T., M.T., MCE
NIDN.0021128703

Tasikmalaya, 16 Oktober 2023
Pembimbing II


Ir. Rahmi Nur Shofa, S.T., M.T.
NIDN. 0423078402

Mengetahui,


Dekan Fakultas Teknik
Universitas Siliwangi

Prof. Dr. Eng. Ir. H. Asnin, IPU
NIP.196708161996031001

Ketua Program Studi
Informatika

Ir. Rianto, S.T., M.T., MTA
NIDN. 0424128401

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DAN PENGARUH FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK MENGGUNAKAN METODE *END- USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)*

TUGAS AKHIR

Oleh:

Putri Salha Nadia

197006049

Telah dipertanggungjawabkan di dalam sidang Tugas Akhir

Pada Tanggal, 16 Oktober.2023

Tim Penguji

Andi Nur Rachman, S.T., M.T.
NIDN.0412088503

()

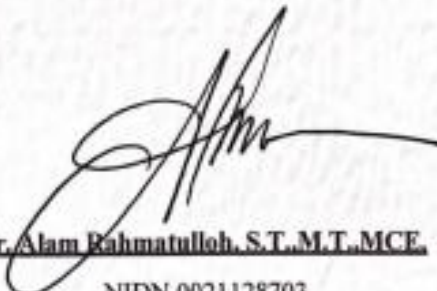
Ketua Tim Penguji

Yega Purwayoga, S.Kom., M.Kom.
NIDN.0407039501
Anggota Tim Penguji

()


Tasikmalaya, 16 Oktober 2023

Pembimbing I


Ir. Alam Rahmatulloh, S.T., M.T., MCE
NIDN.0021128703

Tasikmalaya, 16 Oktober 2023

Pembimbing II


Ir. Rahmi Nur Shofa S.T., M.T.
NIDN. 0423078402

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Salha Nadia

NPM : 197006049

Program Studi : Informatika

Menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

**"ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DAN PENGARUH FITUR TIKTOK
SHOP PADA APLIKASI TIKTOK MENGGUNAKAN METODE *END-
USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)*"**

Benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil karya orang lain atau pihak manapun, serta **BUKAN PLAGIAT**. Seluruh sumber yang dijadikan rujukan dan dikutip dalam laporan Tugas Akhir ini telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menanggung semua akibat atau sanksi yang berlaku.

Tasikmalaya, 16 Oktober 2023.




Putri Salha Nadia

NPM. 197006049

ABSTRAK

TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi membuat video dengan durasi yang pendek dan *up-to-date*. Aplikasi TikTok berinovasi menambahkan fitur untuk menyematkan keranjang kuning saat pengguna melakukan *live* atau memposting video yang tidak dimiliki oleh aplikasi media sosial lain. Hal ini membuat TikTok selain sebagai media sosial, berkembang menjadi *marketplace* yang mampu bersaing dengan aplikasi *e-commerce*. Aplikasi *e-commerce* yang mampu bersaing dengan TikTok yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya. Melihat dari perkembangan TikTok ini, maka perlu diuji kualitas dan keterkaitannya terhadap fitur *marketplace* pada media sosial. Kualitas atau fitur yang terdapat dalam suatu aplikasi harus memiliki manfaat atau kegunaan yang berfungsi dengan baik sesuai dengan tujuannya. Diperlukan analisis tingkat kepuasan pengguna untuk mengetahui fitur dalam aplikasi tersebut sudah baik atau belum. Ada beberapa metode untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna suatu aplikasi, pada penelitian ini digunakan model End User Computing Satisfaction (EUCS). Metode EUCS merupakan metode penilaian tingkat kepuasan pengguna dengan pendekatan membandingkan secara langsung antara harapan dan kenyataan suatu sistem aplikasi. Model EUCS terdiri dari lima variabel yaitu dimensi *content*, dimensi *Accuracy*, dimensi *format*, dimensi *ease of use*, dan dimensi *timeless*. Penelitian ini menghasilkan berupa pengaruh dari tingkat kepuasan pengguna media sosial TikTok. Hasil akhir yang didapatkan yaitu kelima variabel metode EUCS berkategori puas dengan nilai variabel isi (*content*) 3,804, variabel akurasi (*accuracy*) 3,866, variabel bentuk (*format*) 3,790, variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) 3,683, dan variabel ketepatan waktu (*timeliness*) 3,695. Kemudian hasil dari observasi penjual *online* memiliki kenaikan omset penjualan setelah membuka toko *online* di TikTok dengan rata-rata per-dua tahun terakhir 329,15% untuk *online shop* Irmalaila Store dan 21,1% untuk *online shop* Amirah Bordir.

Kata Kunci : *EUCS , Media Sosial dan TikTok*

ABSTRACT

*TikTok is a social media application that allows users to be creative in making short, up-to-date videos. The TikTok application has innovated by adding a feature to pin a yellow basket when a user goes live or posts a video which other social media applications do not have. This makes TikTok apart from being a social media, developing into a marketplace that is able to compete with e-commerce applications. E-commerce applications that can compete with TikTok are Shopee, Tokopedia, Lazada and others. Seeing the development of TikTok, it is necessary to test its quality and relevance to the marketplace features on social media. The qualities or features contained in an application must have benefits or uses that function well according to their purpose. An analysis of the level of user satisfaction is needed to find out whether the features in the application are good or not. There are several methods for measuring the level of user satisfaction of an application, in this study the End User Computing Satisfaction (EUCS) model was used. The EUCS method is a method for assessing the level of user satisfaction with an approach of directly comparing the expectations and reality of an application system. The EUCS model consists of five variables, namely the content dimension, accuracy dimension, format dimension, ease of use dimension, and timeless dimension. This research produces an influence on the level of satisfaction of TikTok social media users. The final results obtained were that the five EUCS method variables were categorized as satisfied with a content variable value of 3.804, an accuracy variable of 3.866, a form variable of 3.790, an ease of use variable of 3.683, and a timeliness variable.) 3,695. Then the results from observations of online sellers showed an increase in sales turnover after opening an online shop on TikTok with an average per two years of 329.15% for the Irmalaila Store online shop and 21.1% for the Amirah Embir online shop.***Keywords:** EUCS, Social Media and TikTok

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Selalu ada *timing* terbaik, posisi terbaik, hasil terbaik, tidak harus bersamaan.

You're slowly growing but you're still growing and that is enough”

PERSEMBAHAN

Laporan tugas akhir ini saya persembahkan untuk yang paling utama yaitu keluarga saya dan teman-teman terdekat yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi serta doa selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian tugas akhir tepat pada waktunya. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta para keluarganya, para sahabatnya, dan para umatnya hingga akhir zaman.

Penelitian tugas akhir ini yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pengguna dan Pengaruh Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode *End-User Computing Satisfaction (EUCS)***” ini ditunjukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Informatika Strata Satu (S1) di Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Tidak lupa pula dukungan baik secara materil dan nonmaterial dari berbagai pihak yang telah membatu dalam penyelesaian laporan ini, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, serta doa yang dipanjatkan kepada ALLAH SWT untuk penulis.
2. Segenap keluarga dan sahabat yang sudah memberikan dukungan dalam menyelesaikan kerja praktek.
3. Bapa Prof Dr. Eng. H. Aripin, IPU. Selaku Dekan Fakultas Teknik , Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
4. Bapak Ir. Rianto S.T., M.T. Selaku Ketua Jurusan Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

5. Bapak Ir. Alam Rahmatulloh, S.T., M.T., MCE., IPM. Selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan meluangkan waktu serta pikirannya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
6. Bapak Ir. Alam Rahmatulloh, S.T., M.T., MCE., IPM. Selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan meluangkan waktu serta pikirannya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
7. Ibu Rahmi Nur Shofa, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan meluangkan waktu serta pikirannya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
8. Seluruh jajaran dosen Jurusan Informatika yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Bapak Sultoni Ali S.Sos selaku marketing di Amirah Bordir yang telah bersedia diwawancara dan memberikan informasi.
10. Ibu Elsa Isti selaku marketing di Irmalaila Store yang telah bersedia diwawancara dan memberikan informasi.
11. Mega, Intan, Nadia, dan Tasya yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
12. Teman-teman mahasiswa Informatika 2019 yang telah memberikan dukungan, masukan, dan semangat kepada penulis.
13. Terakhir, diri saya sendiri. Putri Salha Nadia terimakasih telah berjuang melewati semuanya untuk segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak

menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Semoga saya tetap rendah hati, karena ini semua hanya awal dari semuanya....

Menyadari bahwa laporan ini tidak sempurna, sehingga penulis memohon dengan tulus atas kritik serta saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Tasikmalaya, 16 Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN... 	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR PERSAMAAN ATAU RUMUS.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-4
1.3 Batasan Masalah.....	I-4
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-4
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-5
sBAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
2.1 Landasan Teori.....	II-1
2.1.1 Kepuasan Pengguna	II-1
2.1.2 Aplikasi	II-1
2.1.3 Tiktok	II-2
2.1.4 <i>End User Computing Satisfaction</i> (EUCS)	II-2
2.1.5 Teknik Sampling	II-4
2.1.6 Skala <i>likert</i>	II-5
2.2 Penelitian Terkait dan Kebaruan Penelitian	II-6
2.3 <i>Matriks State Of The Art</i>	II-10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	III-1
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	III-1
3.2 Tahapan Penelitian	III-1
3.2.1 Pengumpulan Data	III-2

3.2.2	Implementasi Metode EUCS.....	III-2
3.2.3	Observasi <i>Onlineshop</i> Pengguna TikTok.....	III-13
3.2.4	Analisis Hasil	III-13
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		IV-1
4.1	Implementasi Metode EUCS.....	IV-1
4.1.1	Menyusun Instrumen Penelitian.....	IV-1
4.1.2	Pengolahan Data.....	IV-5
4.2	Observasi <i>Onlineshop</i> Pengguna TikTok.....	IV-11
4.2.1	Irmalaila <i>Store</i>	IV-11
4.2.2	Amirah Bordir	IV-11
4.3	Analisis Hasil	IV-12
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		V-1
5.1	Simpulan.....	V-1
5.2	Saran.....	V-1
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait dan Kebaruan Penelitian.....	II-6
Tabel 2.1 Matriks <i>State Of The Art</i>	II-10
Tabel 3.1 Variabel Kuisisioner	III-4
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> (1932).....	III-6
Tabel 3.3 Skala <i>Cronbach Alpha</i>	III-8
Tabel 3.4 Kriteria Sampel	III-10
Tabel 3.5 Tingkat Kepuasan Skala Likert.....	III-13
Tabel 4.1 Pernyataan Kuisisioner	IV-1
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	IV-4
Tabel 4.3 Hasil Uji Realibilitas.....	IV-5
Tabel 4.4 Variabel <i>Content</i>	IV-6
Tabel 4.5 Skor Variabel <i>Content</i>	IV-6
Tabel 4.6 Variabel <i>Accuracy</i>	IV-7
Tabel 4.7 Skor Variabel <i>Accuracy</i>	IV-7
Tabel 4.8 Variabel <i>Format</i>	IV-8
Tabel 4.9 Skor Variabel <i>format</i>	IV-8
Tabel 4.10 Variabel <i>Ease of Use</i>	IV-9
Tabel 4.11 Skor Variabel <i>Ease of Use</i>	IV-9
Tabel 4.12 Variabel <i>timenliness</i>	IV-10
Tabel 4.13 Skor Variabel <i>Timelines</i>	IV-10
Tabel 4.14 Rata-Rata Omset Penjualan Irmalaila <i>Store</i>	IV-11
Tabel 4.15 Rata-Rata Omset Penjualan Amirah Bordir.....	IV-12

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	III-1
---------------------------------	-------

DAFTAR PERSAMAAN ATAU RUMUS

(3. 1) Validitas.....	III-6
(3. 2) Rumus <i>Cronbach Alfa</i>	III-7
(3. 3) Rumus Lemeshow	III-10
(3. 4) Rumus Kepuasan Rata-rata	III-11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, pada zaman sekarang media sosial digunakan juga sebagai tempat untuk berjualan *online*. Penjual *online* memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang paling murah dan mudah (Siagian et al., 2020).

TikTok adalah sebuah platform media sosial yang dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berkolaborasi dalam menciptakan video-video singkat yang selalu terkini, dengan tambahan beragam filter dan musik yang menarik. Jumlah pengguna aktif aplikasi TikTok di Indonesia terdapat sebanyak 99,1 juta orang (*we are social*, 2022). Pertumbuhan ini disebabkan pengguna media sosial memanfaatkan aplikasi TikTok untuk mencari informasi produk-produk yang akan mereka beli, dari *influencer* TikTok yang telah mereview produk. Informasi ini digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa bagi konsumen. Melihat hal tersebut aplikasi TikTok menambahkan fitur untuk menyematkan keranjang kuning saat pengguna melakukan *live* atau memposting video yang tidak dimiliki oleh aplikasi media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, Youtube dan lain sebagainya. Hal ini membuat TikTok selain sebagai media sosial, berkembang menjadi *marketplace* yang mampu bersaing dengan aplikasi *e-commerce* seperti Tokopedia, Lazada, Shopee dan lainnya (TikTok 2023).

Kualitas atau fitur yang terdapat dalam suatu aplikasi harus memiliki manfaat atau kegunaan yang berfungsi dengan baik sesuai dengan tujuannya (Setiawan & Novita, 2021). Cara untuk mengetahui suatu fitur dalam aplikasi tersebut sudah sesuai dengan apa yang diharapkan pengguna, maka diperlukan analisis tingkat kepuasan pengguna. Jika pengguna merasa nyaman dan puas menggunakan sistem aplikasi, maka pengguna dari suatu sistem aplikasi akan loyal untuk menggunakan sistem tersebut (Setiawan & Novita, 2021).

Dalam penelitian ini digunakan model End User Computing Satisfaction (EUCS), karena metode EUCS merupakan metode penilaian tingkat kepuasan pengguna dengan pendekatan membandingkan secara langsung antara harapan dan kenyataan suatu sistem aplikasi yang menekankan kepuasan pengguna akhir dengan melihat dari sisi aspek teknologi (Agustin & Nuryana, 2022). Metode EUCS ini terdiri dari lima variable yaitu dimensi *content*, dimensi *Accuracy*, dimensi *format*, dimensi *ease of use*, dan dimensi *timeless* (Darwati, Lilis, 2022). Sementara ini metode lain seperti PIECES lebih sesuai digunakan dalam penelitian yang akan mengukur tingkat kepuasan pengguna terkait perubahan atau pembaharuan dari suatu sistem informasi, sementara TAM digunakan untuk memahami bagaimana perilaku pengguna berhubungan dengan penerimaan teknologi, dan Webqual lebih tepat digunakan dalam penelitian yang akan mengukur tingkat kepuasan pengguna sistem informasi berbasis web.

Banyak penelitian yang memakai model EUCS dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna, salah satunya penelitian (Setiawan & Novita, 2021) yang mengukur tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi KAI *Acces* dengan jumlah

responden 100 orang, menghasilkan tingkat kepuasan pengguna mengguna metode EUCS terhadap aplikasi KAI *Acces* sebanyak 67,9% merasa puas.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Putri Amelia Agustin dan Kadek Dwi Nuryana tahun 2022. Penelitian ini melakukan analisis dari perbandingan pengguna aplikasi Snack Video dan TikTok menggunakan metode UTAUT dan EUCS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Behavior Intention* tidak terpengaruh dari *Performance Expectancy* serta *Social Influence*. Akan tetapi *User Satisfaction* terpengaruh secara signifikan oleh variabel *Accuracy*, *Content*, *Ease of Use*, *Format*, dan *Timeliness* serta untuk variabel *Effort Expectancy* dan *User Satisfaction* berpengaruh secara positif terhadap *Behavior Intention*. Uji hipotesis dari aplikasi Snack Video menghasilkan *Behavior Intention* tidak terpengaruh oleh *Effort Expectancy* dan *Social Influence*. Selain itu, *User Satisfaction* juga menunjukkan bahwa tidak terpengaruh secara signifikan oleh variabel *Accuracy*, *Content*, *Format*, dan *Timeliness*. Akan tetapi *Behavior Intention* terpengaruh secara signifikan oleh variabel *Performance Expectancy* dan *User Satisfaction* serta *User Satisfaction* terpengaruh secara signifikan oleh *Ease of Use* (Agustin & Nuryana, 2022).

Hasil dari kedua penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa metode EUCS merupakan metode yang sesuai untuk dipilih dalam melakukan analisis tingkat kepuasan pengguna dari suatu aplikasi. Sehingga dalam Penelitian ini akan dilakukan mengukur dan menganalisis pengaruh media social tiktok terhadap fitur *marketplace* yang terdapat pada aplikasi TikTok dengan menggunakan metode

EUCS pada wilayah kota Tasikmalaya. Penelitian ini juga mengukur seberapa pengaruh dari lima variable EUCS terhadap kepuasan pengguna aplikasi tiktok.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah jelaskan sebelumnya, pada penelitian ini akan dibahas persoalan tentang bagaimana kepuasan pengguna dan pengaruh fitur TikTok *Shop* pada media sosial TikTok dalam meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode EUCS yang meliputi lima variabel yaitu dimensi *content*, dimensi *Accuracy*, dimensi *format*, dimensi *ease of use*, dan dimensi *timeless*.

1.3 Batasan Masalah

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dibuat, agar penelitian ini fokus dan menghindari pembahasan yang melebar maka terdapat batasan dalam melakukan penelitian yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan hanya di wilayah Kota Tasikmalaya
2. Objek penelitian aplikasi Tiktok
3. Metode yang dipakai adalah *End User Computing Satisfaction* (EUCS)

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna dan pengaruh fitur TikTok *Shop* pada media sosial TikTok dalam meningkatkan penjualan di kota Tasikmalaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menjadi relevansi bagi para peneliti kedepannya dan memberikan suatu gambaran atau analisis tentang pengaruh fitur TikTok *Shop* pada media sosial TikTok terhadap penjual *online*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah suatu tolak ukur antara harapan dan realitas. Tingkat kepuasan akan meningkat apabila harapan dan realitas semakin sejalan serta begitu pula kebalikannya. Tingkat kepuasan pengguna merupakan hal yang penting dalam pengembangan sebuah sistem informasi, dengan kepuasan pengguna suatu aplikasi dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan suatu sistem atau aplikasi itu sendiri. Selain sebagai acuan, kepuasan pengguna juga dapat digunakan untuk mengenali kelebihan serta kekurangan dari sistem yang sedang dijalankan. (Saputra & Kurniadi, 2019). Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yang mempunyai arti lumayan baik, mencukupi dan *facio* berarti menerapkan atau membuat. Kepuasan dapat memiliki arti selaku upaya dalam suatu pemenuhan atau suatu yang cukup. Selain itu tingkat kepuasan pengguna juga dapat juga dimaksudkan sebagai keadaan yang telah berhasil didapatkan oleh seseorang atau kelompok sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya (Wulandari et al., 2020).

2.1.2 Aplikasi

Perangkat lunak atau *software* yang berisikan program tertentu yang berjalan pada sistem sering disebut aplikasi. Aplikasi ini memiliki manfaat untuk mempermudah pekerjaan manusia. Sri Widiyanti mengatakan bahwa aplikasi adalah *software* atau perangkat lunak yang mempunyai fungsi sebagai antarmuka pada

suatu sistem yang berjalan untuk mengolah data menjadi informasi yang memiliki manfaat bagi pengguna dan sistem yang masih berkaitan. Sedangkan Hengky W. Pramana mengatakan aplikasi merupakan *software* yang dapat digunakan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan aktivitas seperti aktivitas pelayanan Masyarakat, perniagaan, game, periklanan dan aktivitas-aktivitas lain yang dapat dilakukan manusia (Huda & Priyatna, 2019)

2.1.3 Tiktok

TikTok merupakan aplikasi yang platformnya khusus untuk video, foto dan musik yang berasal dari Tiongkok. TikTok adalah media sosial dengan pertumbuhan tercepat di era pasca-pandemi, pada tahun 2020 dan 2021 TikTok merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh (Ariasih et al., 2022).

Aplikasi tiktok ini sudah ada sejak september tahun 2016. Saat ini aplikasi tiktok telah digunakan di 154 negara dunia dengan pengguna aktif berjumlah 800 juta.

Di Indonesia, Thailand, Malaysia, dan Filipina Tiktok masuk daftar 10 besar deretan aplikasi yang paling banyak diunduh. Pada Google Trends, TikTok terpantau banyak disukai dan digandrungi oleh anak muda Asia Tenggara (Batoebara, 2020).

Aplikasi Tiktok saat ini tidak hanya digunakan untuk media sosial akan tetapi telah berkembang menjadi marketplace, terbukti dengan adanya fitur baru yaitu tiktokshop yang dapat digunakan oleh para penjual online.

2.1.4 End User Computing Satisfaction (EUCS)

End User Computing Satisfaction (EUCS) merupakan metode penilaian tingkat kepuasan pengguna dengan pendekatan membandingkan secara langsung antara harapan dan kenyataan suatu sistem aplikasi.

Metode EUCS ini terdiri dari lima variable yaitu dimensi *content*, dimensi *Accuracy*, dimensi *format*, dimensi *ease of use*, dan dimensi *timeless* (Utama, Aditya 2016). Metode ini menfokuskan penilaian tingkat kepuasan pengguna terhadap aspek teknologi dengan menilai tingkat akurasi, waktu yang efisien, format, dan tingkat kemudahan ketika sedang menggunakan sistem (Utama, Aditya 2016).

Berikut penjelasan mengenai variable yang terdapat dalam EUCS :

a. Dimensi *Content*

Dimensi *content* mengukur kepuasan pengguna terhadap isi dari sistem. Biasanya, pada sistem ini terdiri dari berbagai fungsi dan modul yang dipakai oleh pengguna, serta informasi yang dihasilkan suatu sistem itu sendiri. Selain itu dimensi *content* juga menilai sejauh mana hasil suatu sistem apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Semakin lengkap modul dan informasi pada suatu sistem, maka semakin tinggi tingkat kepuasan dari pengguna.

b. Dimensi *Accuracy*

Dimensi *Accuracy* mengukur tingkat kepuasan pengguna berdasarkan akuratnya sebuah data ketika data sedang diolah oleh sistem untuk menjadi informasi. Akuratnya sistem dinilai dengan cara memeriksa kesalahan atau hasil yang tidak tepat saat sistem sedang memproses data yang telah diinput oleh pengguna. Selain itu, dapat dinilai dengan memperhatikan kesalahan atau error yang terjadi pada proses pengolahan sebuah data.

c. Dimensi *Format*

Dimensi *format* mengukur tingkat kepuasan pengguna dilihat dari estetikanya tampilan antarmuka sistem. Dalam dimensi *format*, diperhatikan apakah laporan atau informasi yang telah diolah dari sebuah data ditampilkan dengan antarmuka yang menarik serta dapat mempermudah pengguna untuk memakai sistem. Hal ini cukup berpengaruh terhadap tingkat efektivitas dalam penggunaan sistem.

d. Dimensi *Ease of Use*

Dimensi *Ease of use* mengukur tingkat kepuasan pengguna dilihat berdasarkan sejauh mana pengguna mudah dalam proses input data, mencari informasi dan mengolah data pada suatu sistem.

e. Dimensi *Timeliness*

Dimensi *Timeliness* mengukur tingkat kepuasan pengguna dilihat berdasarkan bagaimana suatu sistem dapat menyediakan data atau informasi yang dibutuhkan pengguna dengan tepat waktu. Sistem *real-time* mengartikan bahwa sistem dapat menyajikan data dengan tepat waktu, hal ini dilihat ketika pengguna menginput data akan langsung diproses dan menghasilkan output yang cepat tanpa perlu memerlukan waktu yang lama (Ketut Suprpta, 2018) .

2.1.5 Teknik *Sampling*

Menurut Swarjana, teknik *sampling* merupakan penentuan *sampel* yang akan pilih untuk digunakan dalam penelitian. Berdasarkan randomisasi atau pengambilan subyek secara acak, teknik *sampling* dikelompokkan kedalam 2 bagian

yaitu teknik *sampling* probabilitas dan teknik *sampling* nonprobabilitas (Setiawati, 2019).

Probability *sampling* merupakan teknik yang memberikan kesempatan sama terhadap anggota populasi untuk dapat dipilih menjadi *sampel*. Sedangkan *non-probability sampling* merupakan teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama terhadap anggota populasi untuk dapat dipilih menjadi *sampel*, seperti yang disebutkan Sugiyono dalam jurnal (Meidatuzzahra, 2019)

2.1.6 Skala likert

Skala *Likert* metode yang berguna untuk menilai tingkat kepuasan pengguna sistem serta aplikasi dengan menggunakan skala. Pada tahun 1932 Likert mengembangkan skala *likert*. Skala *Likert* mempunyai butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan yang akan menghasilkan bentuk skor dari nilai yang akan mempersentasikan dari sifat individu seperti sikap, perilaku dan pengetahuan. Dalam penelitian banyak menggunakan skala *likert* untuk kuisisioner karena skala *likert* juga bisa dikatakan sebagai skala psikometrik. (Setyawan & Atapukan, 2018). Skala *likert* mempunyai dua bentuk skala, yaitu skala positif untuk pertanyaan positif dan skala negatif untuk pertanyaan negatif. Skala positif diberikan skor 5,4,3,2 dan 1. Sedangkan bentuk skala negatif diberikan skor 1,2,3,4 dan 5 (Pranatawijaya et al., 2019).

2.2 Penelitian Terkait dan Kebaruan Penelitian

Untuk penjelasan terhadap penelitian terkait dan kebaruan penelitian terdapat pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Penelitian Terkait dan Kebaruan Penelitian

NO	Nama, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Permasalahan	Metode/Solusi	Batasan
1	(Yudistira & Novita, 2022)	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Arsip Digital Menggunakan Model <i>End User Computing Satisfaction (EUCS)</i> .	Aplikasi Arsip Digital yang ada di Universitas XYZ belum dilakukan penelitian tentang analisis kepuasan pengguna	Metode EUCS	Menganalisis Kepuasan pengguna aplikasi Arsip Digital menggunakan metode EUCS
2	(Setiawan & Novita, 2021)	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI <i>Acces</i> Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS	Belum diketahui pengaruh dari <i>content, accuracy, format, ease of use</i> dan <i>timeless</i> terhadap kepuasan pengguna aplikasi KAI <i>Acces</i>	Metode EUCS	Menganalisis Kepuasan pengguna aplikasi KAI <i>Acces</i> dengan metode EUCS
3	(Agustin & Nuryana, 2022)	Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS	Perlu diidentifikasi faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan pengguna Tiktok dan Snack Video	Metode UTAUT dan EUCS	Menganalisis perbandingan kesuksesan pengguna aplikasi Tiktok dan Snack Video dengan menggunakan metode UTAUT dan EUCS di Universitas Negeri Surabaya

NO	Nama, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Permasalahan	Metode/Solusi	Batasan
4	(Darwati, Lilis, 2022)	Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)	Terdapat banyak persaingan dalam sistem pembayaran online, sehingga perlu dilakukan penelitian analisis kepuasan pengguna aplikasi OVO	Metode EUCS	.Menganalisis kepuasan pengguna aplikasi OVO dengan menggunakan metode EUCS
5	(Asni & Irfan, 2022)	Analisis Kepuasan Pengguna Dalam Pemanfaatan <i>E-Learning</i> Pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Metode <i>End User Computing Satisfaction</i> (EUCS) Di SMKN Pariaman	Semenjak e-learning diimplementasikan di SMKN 2 Pariaman, belum pernah dilakukan evaluasi kepuasan pengguna akhir sebagai umpan balik kepada pihak pengelola e-learning	Metode EUCS	Menganalisis kepuasan pengguna aplikasi e-elearning di SMKN 2 Pariaman dengan menggunakan metode EUCS
6	(Yang & Sihotang, 2023)	Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap <i>User Interface</i> Aplikasi Ecommerce Shopee Menggunakan Metode EUCS di Jakarta Barat	Shopee sebagai marketplace terbesar di Indonesia, perlu dianalisis kepuasan pengguna agar tidak kalah dalam persaingan dengan e-commerce yang lain	Metode EUCS	Menganalisis Kepuasan pengguna terhadap UI aplikasi shopee dengan metode EUCS di Jakarta Barat
7	(Nurdiansyah et al., 2020)	Analisis Faktor Kepuasan Pengguna Layanan <i>Website SKCK Online</i>	Terdapat permasalahan dalam website SKCK online, sehingga diperlukan analisis kepuasan pengguna untuk	Metode EUCS	.Menganalisis kepuasan pengguna website SKCK online

NO	Nama, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Permasalahan	Metode/Solusi	Batasan
		Menggunakan Metode <i>End User Computing Satisfaction</i> (EUCS) di Banyuwangi	meningkatkan kualitas layanan website SKCK		di Banyuwangi dengan metode EUCS
8	(Marwati & Krisbiantoro, 2023)	Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna <i>Web Student</i> Universitas AMIKOM Purwokerto Menggunakan Metode EUCS	Belum diketahui tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas web student Universitas Amikom Purwokerto	Metode EUCS	Menganalisis kepuasan pengguna web student universitas Amikom Purwokerto dengan menggunakan metode EUCS
9	(Indryani et al., 2022)	Rekomendasi Perbaikan <i>Website</i> E-Makaryo Berdasarkan Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode <i>End User Computing Satisfaction</i> (EUCS)	Pada penelitian sebelumnya pada Sistem E-Makaryo dihasilkan bahwa konten sistem kurang menarik, sehingga diperlukan analisis kepuasan pengguna untuk melakukan pengembangan sistem	Metode EUCS	Menganalisis kepuasan pengguna aplikasi E-Makaryo di provinsi Jawa Tengah dengan menggunakan metode EUCS
10	(Darwi & Efrizon, 2019)	Analisis Kepuasan Pengguna E-Learning Sebagai Pendukung Aktivitas Pembelajaran Menggunakan Metode EUCS	Perlu dilakukan analisis kepuasan pengguna untuk melakukan peningkatan sistem informasi e-learning Belum diketahui evaluasi dan informasi mengenai layanan	Metode EUCS	Menganalisis kepuasan pengguna sistem informasi e-learning di Universitas Negeri Padang dengan menggunakan metode EUCS

NO	Nama, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Permasalahan	Metode/Solusi	Batasan
			yang dijalankan di Universitas negeri Padang		
11	(Ayu Rinjani & Prehanto, 2021)	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bibit Reksadana Menggunakan Metode EUCS dan IPA	Belum adanya analisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi Bibit Reksadana	Metode EUCS dan IPA	Menganalisis kepuasan pengguna aplikasi Bibit Reksadana dengan menggunakan metode EUCS dan IPA di wilayah Jawa Timur
12	(Kurniasih & Pibriana, 2021)	Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS	Perlunya informasi mengenai pengaruh kepuasan pengguna dari aplikasi belanja online berbasis mobile	Metode EUCS	Menganalisis kepuasan pengguna aplikasi belanja online berbasis mobile dengan menggunakan metode EUCS
13	(Novita & Helena, 2021)	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode TAM dan EUCS	Perlunya analisis kepuasan pengguna pada aplikasi Traveloka	Metode TAM dan EUCS	Menganalisis kepuasan pengguna aplikasi Traveloka dengan menggunakan metode TAM dan EUCS

2.3 *Matriks State Of The Art*

Perbedaan dalam metode, kebaruan penelitian, dan objek penelitian terhadap penelitian sebelumnya terdapat dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2 Matriks *State Of The Art*

No	Peneliti	Objek	Metode EUCS	Lingkup Penelitian						
				Pengumpulan Data			Uji Instrumen		Teknik sampling	
				ku esi on er	w a w a n c a r a	obs erv asi	va lid ita s	rel ia bil ita s	Non prob ality	proba lity
1.	(Aldi dan Dien, 2022)	Aplikasi Arsip Digital	✓	✓			✓	✓		✓
2.	(Hendrik dan Dien, 2021)	Aplikasi KAI <i>Acces</i>	✓	✓			✓	✓		✓
3.	(Putri dan Kadek, 2022) (Rohmah & Ary, 2021)	Aplikasi Tiktok dan Snack Video	✓	✓			✓	✓		✓
4.	(Lilis dan Fitriyani, 2022)	Aplikasi OVO	✓	✓			✓	✓		✓
5.	(Yuli dan Dedy, 2022)	Aplikasi E-Learning	✓	✓			✓	✓		✓
6.	(Marvel dan Jay, 2022)	Aplikasi Shopee	✓	✓			✓	✓		✓
7.	(Yanuar, Eka dan Diah, 2020)	Website SKCK Online	✓		✓		✓	✓		✓

No	Peneliti	Objek	Metode EUCS	Lingkup Penelitian						
				Pengumpulan Data			Uji Instrumen		Teknik sampling	
				ku esi on er	w a w an ca ra	obs erv asi	va lid ita s	rel ia bil ita s	Non prob ality	proba lity
8.	(Endarsih dan Dwi, 2023)(Aziza, 2019)	Web Student Universitas Amikom	✓	✓		✓	✓	✓		✓
9.	(Fadhila, Irwan, dan Dwi, 2022)	Aplikasi E-Makaryo	✓	✓			✓	✓		✓
10.	(Apris dan Efrizon, 2019)	Sistem Informasi E-Learning	✓	✓			✓	✓		✓
11.	(Rinjani dan Prehanto)	Aplikasi Bibit Reksadana	✓	✓			✓	✓		✓
12.	(Kurniasih dan Pibriana 2021)	Aplikasi belanja online berbasis mobile	✓	✓			✓	✓		✓
13.	(Novita dan Helena 2021)	Aplikasi Traveloka	✓	✓			✓	✓		✓
14.	(Putri Salha,2023)	Aplikasi Tiktok	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

BAB III

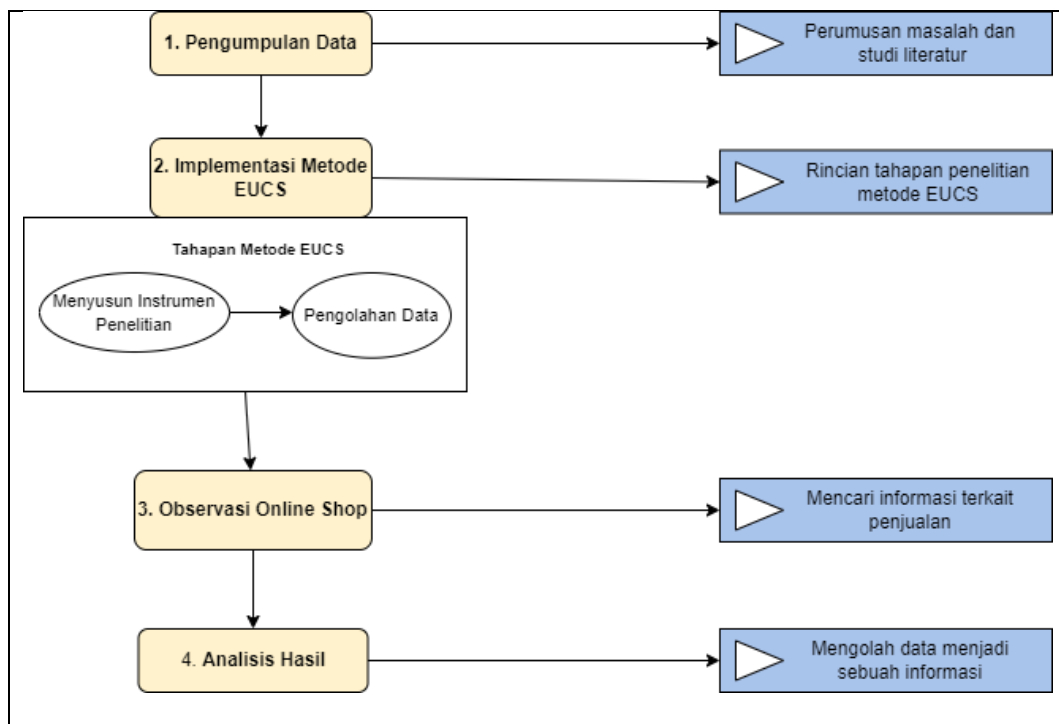
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan jenis penelitian kuantitatif, karena dilakukan pengolahan data yang didapatkan dengan kuisioner berupa nilai atau angka. Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah aplikasi media sosial Tiktok dengan subjek pengguna Tiktok yang pernah berbelanja pada Tiktok di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

3.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah diantaranya yaitu pengumpulan data, implementasi metode EUCS, observasi *online shop*, dan analisis hasil. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.2.1 Pengumpulan Data

Pada proses pengumpulan data dilakukan penentuan masalah serta mencari informasi serta mempelajari jurnal ilmiah mengenai pengukuran tingkat kepuasan pengguna dengan menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS), sebagai referensi dan acuan untuk mendukung topik dan permasalahan yang akan diteliti. Selain dari jurnal ilmiah penulis menggunakan buku dan internet sebagai bahan literasi.

3.2.2 Implementasi Metode EUCS

Pada pengolahan data dalam implementasi metode EUCS, terdapat beberapa tahapan diantaranya:

a. Menyusun Instrumen Penelitian

1) Definisi dan Menentukan Variabel Kuisisioner

Operasional variabel adalah sebuah variabel yang mempunyai makna, mengkhususkan kegiatan, dan dapat memberikan suatu Tindakan yang akan digunakan untuk mengukur variabel.

a) Isi (*content*)

Variabel isi (*Content*) menilai tingkat kepuasan pengguna berdasarkan pendekatan isi sistem atau aplikasi. Pada aplikasi Tiktok, *content* merupakan fitur dari Tiktok yaitu Tiktok *shop*, Tiktok *live*, fitur menyematkan keranjang kuning pada video dan semua informasi yang dibutuhkan pengguna. Selain itu, variabel *content* ini juga menilai dampak dari pengaruh informasi yang

dimiliki media sosial Tiktok terhadap manfaat atau kemudahan yang diberikan kepada pengguna didalam fitur TikTok Shop.

marketplace dapat bermanfaat atau mempermudah bagi pengguna.

b) Akurasi (*Accuracy*)

Variabel akurasi (*Accuracy*) menilai tingkat kepuasan pengguna dilihat berdasarkan keakuratan sistem dalam memasukan data untuk diolah menjadi sebuah informasi. Variabel akurasi pada aplikasi Tiktok menilai keakuratan dari *output* informasi yang ditampilkan oleh aplikasi yang telah di-*input* oleh pengguna. Sehingga dalam Fitur Tiktok *shop* dilihat ketika pengguna melakukan pembelian barang, apakah aplikasi menampilkan data yang benar dan sesuai, sehingga tidak terjadi kesalahan saat melakukan pembelian *online* pada aplikasi.

c) Bentuk (*Format*)

Variabel bentuk (*format*) menilai tingkat kepuasan pengguna berdasarkan tampilan dan estesia dari antarmuka (*user interface*) suatu sistem. Variabel bentuk (*format*) pada aplikasi Tiktok mengukur kepuasan pengguna berdasarkan tampilan antarmuka TikTok yang simpel, namun dapat menampilkan video-video *creator* yang dapat disematkan keranjang kuning untuk berbelanja, dan fitur *live* TikTok yang dapat digunakan berjualan oleh penjual *online*. tampilan antarmuka yang simpel ini dibuat untuk

memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi agar tetap menarik serta tidak membosankan .

d) Kemudahan menggunakan (*Easy of use*)

Variabel kemudahan menggunakan (*Easy of use*) menilai tingkat kepuasan pengguna berdasarkan seberapa mudahnya pengguna pat mengoperasikan sistem atau aplikasi. Pada aplikasi TikTok, variabel ini digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan aplikasi TikTok dalam mencari informasi untuk, melakukan belanja *online* dan mengisi data.

e) Ketepatan waktu (*Timeliness*)

Variabel ketepatan waktu (*timeliness*) mengukur sejauh mana data dan informasi disajikan dengan tepat waktu didalam aplikasi TikTok. Ketika pengguna melakukan *input*, data akan segera diproses dan hasilnya akan ditampilkan secara cepat dan akurat terhadap informasi yang dihasilkan.

Sumber referensi indikator kuisisioner yang diajukan terdapat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Variabel Kuisisioner

Variabel	kode	Indikator	Sumber
Isi (<i>content</i>) X1	C1	Relevansi	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	C2	Relevansi	
	C3	Kelengkapan	
	C4	Kualitas	
	C5	Kualitas	
	C6	Manfaat	
	C7	Manfaat	
Akurasi (<i>Accuracy</i>)	A1	Akurasi	
	A2	Akurasi	

Variabel	kode	Indikator	Sumber
X2	A3	<i>Output</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	A4	<i>Output</i>	
	A5	Dapat diandalkan	
Bentuk (<i>Format</i>) X3	F1	Menarik	(Yudistira & Novita, 2022), (Setiawan & Novita, 2021)
	F2	Kemudahan	
	F3	Jelas	
Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>) X4	E1	<i>User friendly</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Setiawan & Novita, 2021)
	E2	Kemudahan	
	E3	Mudah dioperasikan	
Ketepatan Waktu (<i>Timeliness</i>) X5	T1	<i>Up to date</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	T2	<i>Up to date</i>	
	T3	<i>Up to date</i>	
	T4	Ketersediaan layanan	

2) Uji Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto dalam jurnal (Fadlilah Nasution, 2016) mengatakan bahwa instrument dari penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam seluruh proses penelitian. Instrument penelitian didasari dari jenis data yang dibutuhkan dan relevansi dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, skala *likert* dipilih untuk digunakan sebagai instrument penelitian dengan tujuan untuk menilai pandangan atau opini individu terhadap objek penelitian.

Metode skala *likert* merupakan pendekatan metode yang diterapkan untuk mengukur kepuasan pengguna dengan menggunakan skala *likert*, skala ini pertama kali dikembangkan tahun 1932 oleh Likert. (Setyawan & Atapukan, 2018). Pengukuran skala *likert* pada pengukuran nilai dari variabel penelitian ini, menggunakan satu hingga lima skala. Untuk keterangan terdapat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skala *Likert* (1932)

No	Kriteria Penilaian	Skala <i>Likert</i>
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Nilai dari skala *likert* ini merupakan pernyataan dari responden terhadap objek penelitian.

Tahap uji instrumen dilakukan untuk meyakinkan bahwa kuisisioner yang disusun konsisten dan menghasilkan data yang valid dan realibel. Uji instrumen yang dilakukan melalui 2 tahap :

1) Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menilai efektivitas instrument dalam mengukur konsep yang akan diukur. Validitas konstruk diuji dengan cara menghubungkan skor dari setiap pertanyaan dengan skor totalnya (Setiawan & Novita, 2021).

Tujuan uji validitas adalah untuk mengukur sejauh mana instrumen yang digunakan dalam kuisisioner penelitian adalah valid. Suatu alat dapat diartikan sudah valid jika alat tersebut mampu mengukur variabel yang akan diukur. Analisis validitas dilakukan dengan menerapkan rumus dari *Product Moment Pearson* yang terdapat pada rumus 3.1:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum X_i$ = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum Y_i$ = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum X_i^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum Y_i^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Kaidah keputusan suatu instrument dikatakan valid apabila:

- a. Jika r hitung $> r$ tabel, maka item pernyataan valid
- b. Jika r hitung $< r$ tabel, maka item pernyataan tidak valid

2) Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Pada uji realibilitas ini menggunakan item yang sudah valid saja. Realibilitas berkaitan dengan tingkat ketepatan dari hasil pengukuran. Sebuah kuisiomer dikatakan realibel jika memberikan hasil yang konsisten ketika diukur kembali pada objek dan waktu berbeda tetapi memberikan hasil yang sama dan konsisten (Setiawan & Novita, 2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus dari *Cronbach Alpha* terdapat pada persamaan 3.2 :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (3. 2)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_b$ = Jumlah varians butir

σ^2_t = Varians total

Kaidah keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $>$ r table maka reliabel
- 2) Jika r hitung $<$ r table maka tidak reliabel

Variabel dapat dianggap reliabel jika skor atau nilainya memenuhi kriteria *cronbach alpha*. *Cronbach alpha* dapat dikelompokkan kedalam lima kategori atau kriteria (Agustin & Nuryana, 2022). Tabel 3.1 merupakan kategori skala *Cronbach alpha* reliabilitas :

Tabel 3.3 Skala *Cronbach Alpha*

Skala Cronbach Alfa	Keterangan
0,81 – 1,00	Sangat reliabel
0,61 – 1,80	Realiabel
0,42 – 0,60	Cukup reliabel
0,21 – 0,41	Tidak Reliabel
0,00 – 0,20	Sangat tidak reliabel

b. Pengolahan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini berbentuk kuisioner yang telah disebarkan kepada responden dalam *google form* mengenai tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok terhadap *marketplace* yang ada pada TikTok, serta hasil wawancara terhadap *seller* TikTok secara langsung.

Penyusunan kuisioner ini berdasarkan variabel yang diperoleh dari indikator metode *end-user computing satisfaction* dengan variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use* dan *timeliness*.

1) Penentuan Populasi dan Sample Penelitian

a) Populasi

Menurut Margono (2017) Populasi adalah semua data yang menjadi fokus pada penelitian suatu wilayah pada periode waktu tertentu yang sebelumnya telah ditentukan. Populasi terkait dengan data, sehingga ketika seseorang memberikan data, maka jumlah populasi akan sebanding dengan jumlah individu. Populasi yang dipilih sebagai subjek pada penelitian ini adalah Masyarakat Kota Tasikmalaya.

b) Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel yang dipilih dari populasi harus dapat mewakili karakteristik dari populasi yang akan diteliti.

Tabel 3.4 Kriteria Sampel

Sample	Kriteria
Pengguna Aplikasi Tiktok di Kota Tasikmalaya	<p>Pernah atau sedang menggunakan tiktok dan pernah berbelanja online dengan tiktok minimal satu kali yang berdomisili di Kota Tasikmalaya</p> <p>Mengerti cara penggunaan aplikasi tiktok</p> <p>Berusia minimal 17 tahun</p>

Sampel pada penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Lemesshow (1997). Rumus ini digunakan dikarenakan populasi yang

akan diteliti memiliki skala yang berubah-ubah dengan jumlah yang terlalu besar. Rumus Lemeshow untuk jumlah populasi jika tidak teridentifikasi dapat dilihat pada persamaan 3.3 :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2} \quad (3.3)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

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

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

c) Teknik *sampling*

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *noprobability sampling*, yang artinya teknik ini tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi dalam pemilihan sampel.

a. *Accidental sampling*

Accidental sampling adalah metode yang dipilih untuk digunakan dalam menentukan sampel secara acak. Hal ini diartikan jika siapapun yang secara kebetulan bertemu serta berinteraksi dengan peneliti bisa dipilih menjadi sampel penelitian.

b. *Sampling Purposive*

Sampling Purposive adalah teknik yang digunakan untuk pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan spesifik. Menurut

Sugiyono (2010), *purposive sampling* adalah metode pengambilan data dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Pertimbangan yang diambil dalam penelitian ini yaitu :

1. Masyarakat Kota Tasikmalaya yang berusia minimal 17 tahun
2. Masyarakat Kota Tasikmalaya yang sedang menggunakan TikTok dan pernah berbelanja pada aplikasi TikTok.

2) Perhitungan Hasil Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan persamaan rata-rata kepuasan (RK) berdasarkan dari jumlah skor kuisisioner (JSK), yang dihasilkan dari responden dan jumlah kuisisioner (JK). Rumus rata-rata kepuasan (RK) terdapat pada persamaan 3.4.

$$RK = \frac{JSK}{JK} \quad (3.4)$$

Keterangan :

RK – Rata-rata kepuasan

JSK = Jumlah Skor Kuisisioner

JK = Jumlah Kuisisioner

Analisis data ini menghasilkan informasi mengenai pengaruh kepuasan pengguna aplikasi tiktok, terhadap aplikasi tiktok berdasarkan variable EUCS.

3.2.3 Observasi *Onlineshop* Pengguna TikTok

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai secara langsung terhadap tim *marketing* yang mengelola penjualan dari *online shop* yang berjualan di TikTok yang berada di wilayah kota Tasikmalaya. Data dari hasil observasi berupa perbandingan omset dari hasil penjualan *online* sebelum dan sesudah berjualan di TikTok.

3.2.4 Analisis Hasil

Analisis hasil yang terdapat pada penelitian ini dilakukan untuk mengolah data menjadi sebuah informasi untuk menyelesaikan permasalahan penelitian. Data pada penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang telah disebarkan kepada responden sebelumnya untuk dianalisis. Pada teknik analisis hasil ini menggunakan pengukuran variabel dengan skala *likert*. Skala *Likert* adalah skala yang dikembangkan oleh Rensis *Likert* (Yang & Sihotang, 2023). Menurut Djaali dalam jurnal (Yang & Sihotang, 2023) skala ini dipilih untuk digunakan dalam menilai pendapat, persepsi, sikap, serta tingkat kepuasan pengguna dengan setiap kategori diberikan skala nilai 1-5.

Tabel 3.5 Tingkat Kepuasan Skala Likert

Range	Predikat Persepsi	Predikat Kepuasan
1 – 1.79	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas
1.8 – 2.59	Tidak Setuju	Tidak Puas
2.6 – 3.39	Netral	Cukup Puas
3.4 – 4.19	Setuju	Puas
4.2 - 5	Sangat Setuju	Sangat Puas

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi Metode EUCS

4.1.1 Menyusun Instrumen Penelitian

a. Menentukan Variabel dan Kuisisioner

Operasional variabel yang digunakan pada penelitian dengan metode EUCS ini berupa isi atau variabel pertanyaan yang disebar terhadap responden. Tabel 4.1 menjelaskan daftar variabel serta pernyataan yang harus dijawab oleh responden :

Tabel 4.1 Pernyataan Kuisisioner

Variabel	kode	Indikator	Pernyataan	Sumber
Isi (<i>Content</i>) X1	C1	Relevansi	Isi dari fitur <i>marketplace</i> TikTok sesuai dengan yang diharapkan	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	C2	Relevansi	Isi dari fitur <i>marketplace</i> pada TikTok memenuhi kebutuhan dalam berbelanja <i>online</i>	
	C3	Kelengkapan	Fitur <i>marketplace</i> TikTok menyediakan informasi yang lengkap dan menarik	
	C4	Kualitas	Fitur <i>marketplace</i> TikTok mudah dipahami dan digunakan	

Variabel	kode	Indikator	Pernyataan	Sumber
	C5	Kualitas	Jarang terjadi eror pada sistem	
	C6	Manfaat	Fitur <i>marketplace</i> TikTok mempermudah dalam belanja <i>online</i>	
	C7	Manfaat	Berbelanja pada TikTok lebih efektif dan efisien	
Akurasi (<i>Accuracy</i>) X2	A1	Akurasi	Menampilkan fitur <i>marketplace</i> secara benar	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	A2	Akurasi	Fitur <i>marketplace</i> TikTok Memberikan Informasi yang benar dan bermanfaat	
	A3	<i>Output</i>	Tampilan sesuai dengan data yang di <i>input</i>	
	A4	<i>Output</i>	Tampilan sesuai dengan yang diklik	
	A5	Dapat diandalkan	Memberikan informasi yang dapat dipercaya	
Bentuk (<i>Format</i>) X3	F1	Menarik	Desain tampilan menarik pengguna untuk berbelanja <i>online</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Setiawan & Novita, 2021)
	F2	Kemudahan	Memiliki struktur tampilan yang mudah dipahami	
	F3	Jelas	Tampilan sistem jelas	
Kemudahan penggunaan	E1	<i>User friendly</i>	Pengguna tidak bingung dalam	(Yudistira & Novita,

Variabel	kode	Indikator	Pernyataan	Sumber
(Ease of Use) X4			komposisi peletakan konten/icon pada fitur <i>marketplace</i> TikTok	2022), (Setiawan & Novita, 2021)
	E2	Kemudahan	Fitur <i>marketplace</i> TikTok Mudah digunakan untuk mencari informasi produk	
	E3	Mudah dioperasikan	Fitur <i>marketplace</i> TikTok Mudah dipelajari dan dipahami oleh orang awam	
Ketepatan waktu (Timeliness) X5	T1	<i>Up to date</i>	<i>Respons time</i> dalam menampilkan informasi cukup cepat	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	T2	<i>Up to date</i>	TikTok dapat menampilkan informasi terbaru cukup cepat	
	T3	<i>Up to date</i>	Update pesanan pada fitur <i>marketplace</i> sesuai dengan estimasi waktu pengiriman dilapangan	
	T4	Ketersediaan layanan	<i>Customer service</i> TikTok cepat dan sigap dalam menangani komplain	

b. Menentukan Responden Uji Instrumen

responden yang digunakan pada uji instrument penelitian ini berjumlah 30 orang, sesuai dengan pandangan Singarimbun dan Effendi (1995) yang mengatakan bahwa jumlah minimum dalam uji coba kuisioner

yaitu 30 responden. Responden 30 orang ini dianggap bahwa distribusi nilai akan cenderung mendekati distribusi normal.

c. Uji Instrumen

1) Uji Validitas :

Taraf signifikan atau tingkat kesalahan yang digunakan dalam uji validitas ini sebesar 5% yang dapat diartikan dengan tingkat kepercayaan 95%. Tabel 4.2 menjelaskan hasil perhitungan uji validitas.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Indikator	R tabel	R hitung	Signifikan dari spss	Taraf Signifikan	Keterangan
C1	0,361	0,785	0,000	5%	Valid
C2	0,361	0,729	0,000	5%	Valid
C3	0,361	0,667	0,000	5%	Valid
C4	0,361	0,782	0,000	5%	Valid
C5	0,361	0,666	0,000	5%	Valid
C6	0,361	0,579	0,000	5%	Valid
C7	0,361	0,783	0,000	5%	Valid
A1	0,361	0,783	0,000	5%	Valid
A2	0,361	0,878	0,000	5%	Valid
A3	0,361	0,747	0,000	5%	Valid
A4	0,361	0,730	0,000	5%	Valid
A5	0,361	0,790	0,000	5%	Valid
F1	0,361	0,795	0,000	5%	Valid
F2	0,361	0,760	0,000	5%	Valid
F3	0,361	0,778	0,000	5%	Valid
E1	0,361	0,639	0,000	5%	Valid
E2	0,361	0,763	0,000	5%	Valid
E3	0,361	0,801	0,000	5%	Valid
T1	0,361	0,853	0,000	5%	Valid
T2	0,361	0,755	0,000	5%	Valid
T3	0,361	0,744	0,000	5%	Valid
T4	0,361	0,812	0,000	5%	Valid

2) Uji Realibilitas

Uji Realibilitas disini menguji pertanyaan kuisisioner yang sudah valid apakah realibel atau tidak. Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0,6 sesuai dengan yang telah dijelaskan pada daftar tabel 3.1. Hasil uji realibilitas terdapat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil Uji Realibilitas

N of Items	Cronbach Alfa	Standar Realibilitas	Hasil Uji
22	0,964	0,60	Reliable

4.1.2 Pengolahan Data

a. Menentukan Populasi dan Sampel

Jumlah sampel yang akan disebar kuisisioner penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Populasi yang digunakan merupakan masyarakat kota Tasikmalaya yang berusia minimal 17 tahun dan merupakan pengguna atau pernah berbelanja menggunakan TikTok minimal satu kali. Berdasarkan rumus (3,1) didapatkan perhitungan:

$$n = \frac{1,9208 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ Orang/Responden}$$

Dari hasil perhitungan ini, maka dari jumlah n 96,04 orang dibulatkan menjadi 100 orang atau responden yang akan disebar kuisisioner penelitian.

b. Perhitungan Hasil Kuisioner

1) Isi (*content*)

Tabel 4.4 merupakan daftar pernyataan pada variabel *Content* :

Tabel 4.4 Variabel *Content*

No	Pernyataan
1.	Isi dari fitur <i>marketplace</i> TikTok sesuai dengan yang diharapkan
2.	Isi dari fitur <i>marketplace</i> pada TikTok memenuhi kebutuhan dalam berbelanja <i>online</i>
3.	Fitur <i>marketplace</i> TikTok menyediakan informasi yang lengkap dan menarik
4.	Fitur <i>marketplace</i> TikTok mudah dipahami dan digunakan
5.	Jarang terjadi eror pada sistem
6.	Fitur <i>marketplace</i> TikTok mempermudah dalam belanja <i>online</i>
7.	Berbelanja pada TikTok lebih efektif dan efisien

Skor perhitungan variabel *content* terdapat pada tabel 4.5

Tabel 4.5 Skor Variabel *Content*

Pertanyaan	Jumlah Responden Untuk Setiap Nilai Jawaban				
	5	4	3	2	1
C1	16	45	35	3	1
C2	25	49	23	3	0
C3	20	49	24	7	0
C4	25	43	23	9	0
C5	11	30	44	14	1
C6	29	56	14	1	0
C7	19	48	27	6	0
Jumlah	145	320	190	43	2

$$RK = \frac{(5 \cdot 145) + (4 \cdot 320) + (3 \cdot 190) + (2 \cdot 43) + (1 \cdot 2)}{145 + 320 + 190 + 43 + 2}$$

$$RK = \frac{725 + 1280 + 570 + 86 + 2}{700}$$

$$RK = 3,804$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rata-rata nilai kepuasan penggunaan TikTok terhadap *marketplace* pada variabel isi (*content*) memperoleh hasil akhir 3,804, hal ini menunjukkan bahwa variabel isi (*content*) termasuk dalam kategori puas.

2) Akurasi (*Accuracy*)

Tabel 4.6 merupakan daftar pernyataan dari variabel *accuracy*

Tabel 4.6 Variabel *Accuracy*

No	Pernyataan
1.	Menampilkan fitur <i>marketplace</i> secara benar
2.	Fitur <i>marketplace</i> TikTok Memberikan Informasi yang benar dan bermanfaat
3.	Tampilan sesuai dengan data yang di <i>input</i>
4.	Tampilan sesuai dengan yang diklik
5.	Memberikan informasi yang dapat dipercaya

Skor perhitungan variabel *accuracy* terdapat pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Skor Variabel *Accuracy*

Pertanyaan	Jumlah Responden Untuk Setiap Nilai Jawaban				
	5	4	3	2	1
A1	15	52	30	3	0
A2	16	59	24	1	0
A3	19	58	19	4	0
A4	32	49	17	2	0
A5	14	39	41	6	0
Jumlah	96	257	131	16	0

$$RK = \frac{(5*96)+(4*257)+(3*131)+(2*16)+(1*0)}{96+257+131+16+0}$$

$$RK = \frac{480 + 1028 + 393 + 32 + 0}{500}$$

$$RK = 3,866$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rata-rata nilai kepuasan penggunaan TikTok terhadap *marketplace* pada variabel akurasi (*accuracy*) memperoleh hasil akhir 3,866, hal ini menunjukkan bahwa variabel akurasi (*accuracy*) termasuk dalam kategori puas.

3) Bentuk (*Format*)

Tabel 4.8 merupakan daftar pernyataan dari variabel *format*

Tabel 4.8 Variabel *Format*

No	Pernyataan
1.	Desain tampilan menarik pengguna untuk berbelanja <i>online</i>
2.	Memiliki struktur tampilan yang mudah dipahami
3.	Tampilan sistem jelas

Skor perhitungan dari variabel *format* terdapat pada tabel 4.9

Tabel 4.9 Skor Variabel *format*

Pertanyaan	Jumlah Responden Untuk Setiap Nilai Jawaban				
	5	4	3	2	1
F1	17	47	25	10	1
F2	18	52	25	4	1
F3	17	55	26	1	1
Jumlah	52	154	76	15	3

$$RK = \frac{(5 \cdot 52) + (4 \cdot 154) + (3 \cdot 76) + (2 \cdot 15) + (1 \cdot 3)}{52 + 154 + 76 + 15 + 3}$$

$$RK = \frac{260 + 616 + 228 + 30 + 3}{300}$$

$$RK = 3,79$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rata-rata nilai kepuasan penggunaan TikTok terhadap *marketplace* pada variabel bentuk (*format*)

memperoleh hasil akhir 3,790, hal ini menunjukkan bahwa variabel bentuk (*format*) termasuk dalam kategori puas.

4) Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Tabel 4.10 merupakan daftar pernyataan dari variabel *ease of use*

Tabel 4.10 Variabel *Ease of Use*

No	Pernyataan
1.	Pengguna tidak bingung dalam komposisi peletakan konten/icon pada fitur <i>marketplace</i> TikTok
2.	Fitur <i>marketplace</i> TikTok Mudah digunakan untuk mencari informasi produk
3.	Fitur <i>marketplace</i> TikTok Mudah dipelajari dan dipahami oleh orang awam

Skor perhitungan variabel *ease of use* terdapat pada tabel 4.11

Tabel 4.11 Skor Variabel *Ease of Use*

Pertanyaan	Jumlah Responden Untuk Setiap Nilai Jawaban				
	5	4	3	2	1
E1	12	46	30	11	1
E2	23	50	21	6	0
E3	15	44	26	14	1
Jumlah	50	140	77	31	2

$$RK = \frac{(5*50)+(4*140)+(3*77)+(2*31)+(1*2)}{50+140+77+31+2}$$

$$RK = \frac{250+560+231+62+2}{300}$$

$$RK = 3,683$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rata-rata nilai kepuasan penggunaan TikTok terhadap fitur TikTok *Shop* pada variabel penggunaan (*ease of use*) memperoleh hasil akhir 3,683, hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan (*ease of use*) termasuk kedalam kategori puas.

5) Ketepatan Waktu (Timeliness)

Tabel 4.12 merupakan daftar pernyataan dari variabel *timeliness*

Tabel 4.12 Variabel *timeliness*

No	Pernyataan
1.	<i>Respons time</i> dalam menampilkan informasi cukup cepat
2.	TikTok dapat menampilkan informasi terbaru cukup cepat
3.	Update pesanan pada fitur <i>marketplace</i> sesuai dengan estimasi waktu pengiriman dilapangan
4.	<i>Customer service</i> TikTok cepat dan sigap dalam menangani komplain

Skor perhitungan variabel *timeliness* terdapat pada tabel 4.13

Tabel 4.13 Skor Variabel *Timelines*

Pertanyaan	Jumlah Responden Untuk Setiap Nilai Jawaban				
	5	4	3	2	1
T1	13	50	33	4	0
T2	26	49	21	4	0
T3	19	42	34	5	0
T4	7	33	48	11	1
Jumlah	65	174	136	24	1

$$RK = \frac{(5*65)+(4*174)+(3*136)+(2*24)+(1*1)}{65+174+136+24+1}$$

$$RK = \frac{325+696+408+48+1}{400}$$

$$RK = 3,695$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rata-rata nilai kepuasan penggunaan TikTok terhadap *marketplace* pada variabel waktu (*timeliness*) memperoleh hasil akhir 3,695, hal ini menunjukkan bahwa variabel waktu (*timeliness*) termasuk dalam kategori puas.

4.2 Observasi *Onlineshop* Pengguna TikTok

Pada penelitian ini dilakukan observasi terhadap dua *online shop* yang berada di Kota Tasikmalaya yaitu Irmalaila Store dan Amirah Bordir.

4.2.1 Irmalaila Store

Irmalaila Store adalah salah satu *online shop* yang berada di kota Tasikmalaya yang menjual produk *fashion* perempuan, didirikan pada tahun 2018 dengan mulai membuka toko *online* pada Shopee. Saat ini Irmalaila Store telah membuka toko *online* di TikTok yang dimulai pada tahun 2020. Menurut Elsa Istian salah satu *marketing* di Irmalaila Store omset toko *online* ini meningkat semenjak membuka toko *online* di TikTok. Berikut pada tabel 4.14 dijelaskan perbedaan kenaikan omset setelah membuka toko *online* di TikTok:

Tabel 4.14 Rata-Rata Omset Penjualan Irmalaila Store

Tahun	Market Place Lain	TikTok	Total	Rata-Rata Persentase
2019	40jt/bulan	-	40jt/bulan	-
2020	80jt/bulan	100jt/bulan	180jt/bulan	125%
2021	120jt/bulan	450jt/bulan	570jt/bulan	375%
2022	200jt/bulan	650jt/bulan	850jt/bulan	325%
2023	300jt/bulan	1M/bulan	1,3M/bulan	333,3%

Dapat dilihat dari tabel 4.14 bahwa setelah membuka toko di TikTok omset perusahaan meningkat. Disimpulkan bahwa media sosial TikTok sangat berpengaruh terhadap omset penjualan toko *online* Irmalaila Store.

4.2.2 Amirah Bordir

Amirah Bordir adalah salah satu *online shop* yang berada di kota Tasikmalaya, tahun berdiri toko *online* ini yaitu tahun 2019 dengan membuka toko

di shopee. Produk yang dijual berupa *fashion* muslim mukena dan baju koko. Pada tahun 2022 Amirah Bordir membuka toko *online* di TikTok. Menurut Sultoni Ali yang merupakan salah satu *marketing* pada Amirah Bordir, omset toko *online* meningkat setelah membuka toko *online* di TikTok. Berikut tabel 4.15 dijelaskan perbedaan kenaikan omset setelah membuka toko *online* di TikTok:

Tabel 4.15 Rata-Rata Omset Penjualan Amirah Bordir

Tahun	Market Place Lain	TikTok	Total	Rata-Rata Persentase
2019	66jt/bulan	-	66jt/bulan	-
2020	100jt/bulan	-	100jt/bulan	-
2021	130jt/bulan	-	130jt/bulan	-
2022	158jt/bulan	25jt/bulan	183jt/bulan	15,8%
2023	185jt/bulan	49jt/bulan	234jt/bulan	26,4%

Dapat dilihat dari tabel 4.15 bahwa setelah membuka toko di TikTok omset perusahaan meningkat. Disimpulkan bahwa media sosial TikTok sangat berpengaruh terhadap omset penjualan toko *online* Amirah Bordir.

4.3 Analisis Hasil

Hasil dalam pengolahan data ini terdapat dua kategori yaitu perhitungan hasil kuisisioner dengan lima indikator metode EUCS dan hasil observasi secara langsung terhadap *online shop* yang berada di Tasikmalaya. Berikut perhitungan hasil kuisisioner :

1. Variabel isi (*content*) mendapatkan hasil akhir 3,804, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel isi (*content*) termasuk kedalam kategori puas.
2. Variabel akurasi (*accuracy*) mendapatkan hasil akhir 3,866, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel akurasi (*accuracy*) termasuk kedalam kategori puas.

3. Variabel bentuk (*format*) mendapatkan hasil akhir 3,790, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel bentuk (*format*) termasuk kedalam kategori puas.
4. Variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) mendapatkan hasil akhir 3,683, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel akurasi (*accuracy*) termasuk kedalam kategori puas
5. Variabel ketepatan waktu (*timeliness*) mendapatkan hasil akhir 3,695, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) termasuk kedalam kategori puas.

Dilihat dari hasil perhitungan lima variabel dari metode EUCS ini, diperlukan variabel tambahan yang harus dilakukan untuk penelitian selanjutnya yaitu variabel *user satisfaction* dan variabel *economic* agar dapat menyempurnakan penelitian yang berhubungan dengan analisis pengaruh kepuasan pengguna media sosial TikTok terhadap *marketplace*.

Dari tabel 4.14 dan 4.15 dapat disimpulkan bahwa hasil observasi dari kedua *online shop* setelah membuka toko di TikTok omset penjualan *online* naik. Kenaikan omset penjualan setelah membuka toko online di TikTok dirata-ratakan dengan per-dua tahun terakhir hal ini disesuaikan dengan perbandingan awal Amirah Bordir membuka toko online pada TikTok tahun 2022. Rata-rata per-dua tahun terakhir 329,15% untuk *online shop* Irmalaila Store dan 21,1% untuk *online shop* Amirah Bordir

Hal ini menunjukan bahwa media sosial TikTok sangat berpengaruh terhadap omset penjualan toko *online*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil dari perhitungan kuisioner terhadap variabel EUCS didapatkan hasil akhir kelima variabel puas dengan nilai variabel isi (*content*) 3,804, variabel akurasi (*accuracy*) 3,866, variabel bentuk (*format*) 3,790, variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) 3,683, dan variabel ketepatan waktu (*timeliness*) 3,695. Kemudian hasil dari observasi penjual *online* memiliki kenaikan omset penjualan setelah membuka toko *online* di TikTok dengan rata-rata per-dua tahun terakhir 329,15% untuk *online shop* Irmalaila Store dan 21,1% untuk *online shop* Amirah Bordir. Hal ini dapat diartikan bahwa *marketplace* pada media sosial TikTok berpengaruh terhadap kenaikan omset penjualan.

5.2 Saran

Saran bagi pengembang penelitian selanjutnya, yaitu karena metode EUCS ini terbatas hanya dengan lima variabel pertanyaan, maka perlu dilakukan penambahan variabel *user satisfaction* dan variabel *economic* agar dapat menyempurnakan penelitian yang berhubungan dengan analisis pengaruh kepuasan pengguna media sosial TikTok terhadap *marketplace*. Dan objek wilayah penelitian juga dapat diperluas menjadi tingkat provinsi atau bahkan se-Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, P. A., & Nuryana, I. K. D. (2022). Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 80–90.
- Asni, Y., & Irfan, D. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Dalam Pemanfaatan E-Learning Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Di Smk N 2 Pariaman. *JAVIT : Jurnal Vokasi Informatika*, 110–120. <https://doi.org/10.24036/javit.v2i1.75>
- Ayu Rinjani, A. D., & Prehanto, D. R. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bibit Reksadana Menggunakan Metode EUCS Dan IPA. *Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 10(2), 123. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v10i2.655>
- Darwati, Lilis, F. (2022). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *JUST IT : Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 12(2), 34–42. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- Darwi, A. R., & Efrizon, E. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna E-Learning Sebagai Pendukung Aktivitas Pembelajaran Menggunakan Metode Eucs. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i1.103639>
- Indryani, F., Susanto, I., & Kusumawardani, D. M. (2022). Rekomendasi Perbaikan Website E-Makaryo Berdasarkan Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Remik*, 6(3), 465–474. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i3.11629>
- Kurniasih, I., & Pibriana, D. (2021). Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 181–198. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i1.787>
- Marwati, E., & Krisbiantoro, D. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Web Students Universitas Amikom Purwokerto Menggunakan Metode Eucs. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 4(2), 67–72. <https://doi.org/10.24076/joism.2023v4i2.902>
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS) Analysis Of User Satisfaction Of The Traveloka Application Using The Technology Acceptance Model (TAM) And

The En. *Jtsi*, 2(1), 22–37.

Nurdiansyah, Y., Wulandari, E. P. A., & Wulandari, D. A. R. (2020). Analisis Faktor Kepuasan Pengguna Layanan Website SKCK Online Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *INFORMAL: Informatics Journal*, 5(2), 72. <https://doi.org/10.19184/isj.v5i2.18669>

Setiawan, H., & Novita, D. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(2), 162–175. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i2.1375>

Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. *Compiler*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.28989/compiler.v7i1.254>

Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>

Utama, A. W., & Kunci, K. (n.d.). *E k k p s i a (siak) m pieces eucs*. VIII(1), 18–32.

Yang, M. Z., & Sihotang, J. I. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode EUCS di Jakarta Barat. *Informatics and Digital Expert (INDEX)*, 4(2), 53–60. <https://doi.org/10.36423/index.v4i2.1110>

Yudistira, A., & Novita, D. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Arsip Digital Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 176–188. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i2.3059>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115
Telepon (0265) 330634, 333092 Faksimil (0265) 325812
Laman : www.unsil.ac.id Posel : info@unsil.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS SILIWANGI
NOMOR : 0686/UN58.04/AK/2023
TENTANG
PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR
MAHASISWA JURUSAN INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS SILIWANGI
DEKAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS SILIWANGI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran dalam penyusunan dan penulisan Skripsi/Tugas Akhir bagi mahasiswa Jurusan Informatika Fakultas Teknik perlu penunjukan Dosen Pembimbing;
b. bahwa untuk kepentingan tersebut di atas, perlu mempertimbangkan Keputusan Dekan Fakultas Teknik Universitas Siliwangi;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Republik Indonesia :
a. Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
b. Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
c. Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia :
a. Nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional
b. Nomor 13 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2014 tentang Pendidikan Universitas Siliwangi;
4. Keputusan Rektor Universitas Siliwangi Nomor 4928/UN58/KP/2018 tentang Pergantian Dekan Fakultas Teknik Universitas Siliwangi Periode Tahun 2018 - 2022;
5. Keputusan Rektor Universitas Siliwangi Nomor 5288/UN58/KP/2018 tentang Pengangkatan Dosen dengan tugas tambahan di lingkungan Universitas Siliwangi Periode Tahun 2018 - 2022;
6. Keputusan Rektor Universitas Siliwangi Nomor 938 SK/US-BU/SP 2.VIII/2012 tentang Penetapan Besarnya Biaya Kerja Praktek, Seminar dan Skripsi/Tugas Akhir bagi Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Siliwangi

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Pembimbing Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa Jurusan Informatika Fakultas Teknik Universitas Siliwangi
- KESATU : Menunjuk kepada yang namanya tersebut dibawah ini :
1. Nama : Ir. Alam Rahmatulloh S.T., M.T., MCE., IPM. (Reviewer)
NIDN : 0021128703
2. Nama : Rahmi Nur Shofa Ir., S.T., M.T.
NIDN : 0423078402
Sebagai pembimbing dalam penyusunan Skripsi/Tugas Akhir, untuk mahasiswa tersebut dibawah ini :
N a m a : PUTRI SALHA NADIA
N P M : 197006049
- KEDUA : Pelaksanaan bimbingan penyusunan Skripsi/Tugas Akhir dilaksanakan sesuai jadwal yang telah di tentukan.
- KETIGA : Dalam melaksanakan tugasnya Pembimbing bertanggung jawab kepada Dekan.
- KEEMPAT : Keputusan ini berlaku untuk jangka waktu 6 bulan, sejak tanggal 21 September 2023 s.d 21 Januari 2024 dan dapat diperpanjang paling lama untuk jangka waktu 4 bulan.
- KELIMA : Apabila terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Tasikmalaya
Pada tanggal : 03 Oktober 2023
D e k a n,

Dr. Eng. Ir. Aripin, IPU
NIP. 196708161996031001

- Tembusan :
1. Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknik Universitas Siliwangi
2. Bendahara Pengeluaran Pembantu Fakultas Teknik Universitas Siliwangi

Lampiran 2. Revisi Tugas akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115
Telepon (0265) 330634, 333092 Faksimil (0265) 325812
Laman : www.unsil.ac.id Posel : info@unsil.ac.id

REVISI LAPORAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nama : PUTRI SALHA NADIA
NPM : 197008049
Jurusan : INFORMATIKA

JUDUL SKRIPSI/TUGAS AKHIR :

Analisis Kepuasan Pengguna dan Pengaruh Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)

REVISI JUDUL : YA / TIDAK

NO	PENGUJI	KETERANGAN REVISI	TANDA TANGAN
1.	IR. ANDI NUR RACHMAN, S.T., M.T.	terlampir	
2.	VEGA PURWAYOGA, S.KOM., M.KOM.	terlampir	

Tasikmalaya, 16 Oktober 2023
Ketua Sidang,

Ir. Andi Nur Rachman, S.T., M.T.
NIDN. 0412088503

Lampiran 3. Revisi Seminar Tugas akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Siliwangi No. 24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115 Kotak Pos 164
Telepon (0265) 323537 – 330634 Faksimili (0265) 325812 e-mail: info@unsil.ac.id
Laman: www.ft.unsil.ac.id

REVISI SEMINAR TUGAS AKHIR

Nama : Putri Salha Nadia
NPM : 197006049
Jurusan : Informatika

JUDUL TUGAS AKHIR:

Analisis Kepuasan Pengguna dan Pengaruh Fitur


Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode

End User Computing Satisfaction (EUCS)

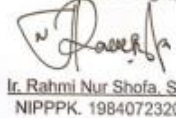
NO.	PEMBIMBING	KETERANGAN REVISI
1.	<u>Ir. Alam Rahmatulloh, S.T., M.T., MCE.</u>	terlampir di paper
2.	<u>Ir. Rahmi Nur Shofa, S.T., M.T.</u>	terlampir di jurnal

Tasikmalaya, 30 Agustus 2023

Pembimbing 1,


Ir. Alam Rahmatulloh, S.T., M.T., MCE.
NIP. 198712212019031007

Pembimbing 2,


Ir. Rahmi Nur Shofa, S.T., M.T.
NIPPPK. 198407232021212006

Lampiran 4. Lembar Konsultasi Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115
Telepon (0265) 330634, 333092 Faksimili (0265) 325812
Laman : www.unsil.ac.id Posel : info@unsil.ac.id

PROGRAM STUDI INFORMATIKA LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Tgl Mulai TA : 21-03-2023
Tgl Batas Akhir TA : 21-09-2023

Nama : PUTRI SALHA NADIA
NPM : 197006049
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Kepuasan Pengguna Media Sosial Tiktok Terhadap Marketplace Dengan Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS)
Dosen Pembimbing : Ir. Alam Rahmatulloh S.T., M.T., MCE., IPM.
NIP/NIDN : 198712212019031007 / 0021128703

A. Konsultasi TA

No	Tanggal	Hasil Pemeriksaan	Perbaikan yang perlu dilakukan	Paraf Pembimbing
1	13-03-2023	Bab I	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
2	15-03-2023	Bab I - II	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
3	08-05-2023	Bab I - III	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
4	21-06-2023	Bab IV	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
5	04-07-2023	Bab IV	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
6	08-08-2023	Bab IV	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
7	09-08-2023	Bab IV	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
8	11-08-2023	Bab IV - V	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
9	16-08-2023	Bab I - V	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>
10	23-08-2023	Bab I - V Jurnal	Lanjutkan	<i>[Signature]</i>

B. Siap Sidang TA :
C. Tanggal Sidang TA :

Tasikmalaya, 20/08/2023
Dosen Pembimbing

[Signature]
Ir. Alam Rahmatulloh S.T., M.T., MCE., IPM.
198712212019031007

Keterangan : Lembar Konsultasi Tugas Akhir/Skripsi ini dilampirkan dalam laporan akhir Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Siliwangi No.24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115
Telepon (0265) 330634, 333092 Faksimil (0265) 325812
Laman : www.unsil.ac.id Posel : info@unsil.ac.id

PROGRAM STUDI INFORMATIKA
LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Tgl Mulai TA : 21-03-2023
Tgl Batas Akhir TA : 21-09-2023

Nama : PUTRI SALHA NADIA
NPM : 197006049
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Kepuasan Pengguna Media Sosial Tiktok Terhadap Marketplace Dengan Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS)
Dosen Pembimbing : Rahmi Nur Shofa Ir., S.T., M.T.
NIK/NIDN :

A. Konsultasi TA

No	Tanggal	Hasil Pemeriksaan	Perbaikan yang perlu dilakukan	Paraf Pembimbing
1	09-03-2023	Bab I.	Langutkan	Oni.
2	13-03-2023	Bab I-II	Langutkan	Oni.
3	14-03-2023	Bab I-III	Langutkan	Oni.
4	15-03-2023	Bab I-III	Langutkan	Oni.
5	11-05-2023	Bab IV	Langutkan	Oni.
6	22-05-2023	Bab IV	Langutkan	Oni.
7	01-08-2023	Bab IV-V	Langutkan	Oni.
8	21-08-2023	Bab I-V Jurnal	Langutkan	Oni.

B. Siap Sidang TA :
C. Tanggal Sidang TA :

Tasikmalaya, 30-08-2023

Dosen Pembimbing

Rahmi Nur Shofa Ir., S.T., M.T.
0423078402

Keterangan : Lembar Konsultasi Tugas Akhir/Skripsi ini dilampirkan dalam laporan akhir Tugas Akhir

Lampiran 5. Daftar Hadir Seminar



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SILIWANGI
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Siliwangi No 24 Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115 Kotak Pos 164
Telepon (0265) 323537-330634 Faksimili (0265) 325812 e-mail: info@unsil.ac.id
Laman: www.ft.unsil.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR

NAMA PESERTA SEMINAR :

NPM :

NO	NPM	NAMA	TANDA TANGAN
1	197006082	Nadira Rachmasari Dedy	
2	197006020	Yuse Nurul Fajranni	
3	197006021	Ans Adhitya N.	
4	197006009	Zeni Z	
5	197006057	Ayda F. A	
6	197006056	M. Chubran AL Hamarani	
7	197006034	M Septian Jaelan	
8	197006073	Alca Adriel Mohico	
9	197006065	Defri: Gressa Pramudi	
10	197006001	Ace Hermawan	
11	197006007	Tobby Adhitya	
12	197006084	Intan Z. N	
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Tasikmalaya, 30/08/2023

Ketua Seminar,

Ham R.

Lampiran 6. Berita Acara Wawancara

BERITA ACARA WAWANCARA IRMALAILA STORE

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Salha Nadia

NPM : 197006049

Fakultas : Teknik

Universitas : Universitas Siliwangi

Telah melakukan wawancara dengan :



Nama : Elsa Isti

Jabatan : Marketing

Perusahaan : Toko *online* “Irmalaila Store”

Dalam rangka penyusunan Skripsi Semester IX tahun akademik 2023-2024 yang berjudul “ **ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DAN PENGARUH FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK MENGGUNAKAN METODE *END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)***”

Tasikmalaya, 26 Juli 2023

Yang Diwawancara,	Pewawancara
 Elsa Isti	 Putri Salha Nadia

Catatan wawancara :

Pertanyaan :

1. Kapan memutuskan untuk membuka toko *online* dan di marketplace mana?

Jawaban : 2018 di shopee dan 2020 di TikTok

2. Apa alasan berjualan di TikTok?

Jawaban : Melihat peluang besar sama ngikutin perkembangan media sosial. Melihat admin/pajak shopee lebih besar sehingga mendapat keuntungan lebih kecil. Banyak gratis ongkir di TikTok daripada di Shopee. Di tiktok bisa dikasih subsidi diskon pas live perbulan 1-3 kali rata2 mendapatkan eksklusif harga tidak perlu daftar jadi random aja tergantung dari TikTok nya hal ini membuat penjual lebih untung.

3. Kapan mulai memutuskan untuk live di TikTok?

Jawaban : 2020 ketika mulai pandemic Covid-19

4. Seberapa penting live/jualan di TikTok untuk menaikkan penjualan?

Jawaban : sangat penting karena jika hanya mengandalkan dari konten video saja penghasilan tidak sebesar dari live TikTok

5. Apakah live di marketplace juga?

Jawaban : tidak, karena kalo di marketplace susah naikin viewers

6. Apakah ada kenaikan omzet setelah mulai berjualan di TikTok?

Jawaban : ada, omzet terbesar ada di TikTok jauh sama Shopee

7. Berapa perbandingan omzet sebelum dan sesudah live TikTok dalam rentang waktu 1 bulan?

Jawaban :

- Di TikTok 2023 bulan mei : kurang lebih 1 M (dalam 3 akun live) dan bulan April/Ramadhan : 1,5 M
- Di Shopee 2023 bulan mei : kurang lebih 300 jt dan bulan April/Ramadhan : 400 jt
- Di TikTok 2020 awal live : 100 jt/bulan (1 akun, akun yang utama)
Di Shopee 2019 awal buka toko online : 40jt/bulan (sebelum live tiktok)
Di Shopee 2020 setelah live di TikTok : 80jt/bulan
- Rata-rata omzet di Shopee sebelum gabung di TikTok 2019 : sekitar 40 jt/bulan
Rata-rata omzet di TikTok ketika mulai bergabung 2020 : 180 jt/bulan

BERITA ACARA WAWANCARA AMIRAH BORDIR

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Salha Nadia

NPM : 197006049

Fakultas : Teknik

Universitas : Universitas Siliwangi

Telah melakukan wawancara dengan :



Nama : Sultoni Ali

Jabatan : Marketing

Perusahaan : Toko *online* “Amirah Bordir”

Dalam rangka penyusunan Skripsi Semester IX tahun akademik 2023-2024 yang berjudul “ **ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DAN PENGARUH FITUR TIKTOK *SHOP* PADA APLIKASI TIKTOK MENGGUNAKAN METODE *END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)*”**

Tasikmalaya, 26 Juli 2023

Yang Diwawancara,	Pewawancara
 Sultoni Ali	 Putri Salha Nadia

Catatan wawancara :

Pertanyaan :

1. Kapan memutuskan untuk membuka toko *online* dan di marketplace mana?

Jawaban : 2019 di shopee dan 2022 di TikTok

2. Apa alasan berjualan di TikTok?

Jawaban : Karena seiring berjalannya waktu, mengikuti zaman media sosial yang sedang banyak dipakai

3. Kapan mulai memutuskan untuk live di TikTok? Kenapa?

Jawaban : Ketika sebulan sesudah bikin akun tiktok sekitar bulan April 2022. Karena ingin menaikkan omzet

4. Seberapa penting live/jualan di TikTok untuk menaikkan penjualan?

Jawaban : Sangat penting karena banyak pengguna tiktok yang menonton live sehingga tergiur untuk checkout yang akan menaikkan omzet

5. Apakah live di marketplace juga?

Jawaban : tidak,

6. Apakah ada kenaikan omzet setelah mulai berjualan di TikTok?

Jawaban : ada,

7. Berapa perbandingan omzet sebelum dan sesudah live TikTok dalam rentang waktu 1 bulan?

Jawaban :

Shopee maret-mei 2019 800jt/3bulan

Shopee maret-mei 2020 920jt/3bulan

Shopee maret-mei 2021 : 1M

Shopee maret-mei 2022 : 1,2 M

Tiktok 2021 : belum ada

Shopee maret-mei 2023 : kurang lebih 1,5 M

TikTok 2022 : 250jt/3 bulan

Tiktok maret-mei 2023 : kurang lebih 500 jt/3bulan

Shopee 2019 : 66jt/bulan

Shopee 2020 : 100jt/bulan

Shopee 2021: 130jt/bulan

Shopee 2022: 158jt/bulan

Shopee 2023: 185jt/bulan

Tiktok 2022 : 25jt/bulan

Tiktok 2023 : 49jt/bulan

Shopee per bulan di tahun 2023 : kurang lebih 60jt

Lampiran 7 Data Validitas dan Reliabilitas

NO RESP	NO KUISIONER																						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	84
2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	81
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	71
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	99
6	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	87
7	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3	71
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	87
9	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	107
10	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	86
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	87
12	3	2	4	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	61
13	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	4	87
14	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	4	2	2	3	4	4	4	3	2	2	3	2	67
15	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45
17	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	85
18	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	76
19	4	4	3	5	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	3	5	5	3	3	86
20	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	2	78
21	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	74

22	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	4	3	68
23	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	3	5	3	4	4	3	3	81
24	4	3	3	2	3	5	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	68
25	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	79
26	3	2	3	4	4	5	5	2	3	3	3	3	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	82
27	5	4	5	5	2	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	2	5	4	5	5	4	3	93
28	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	70
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
31	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	84

Lampiran 8 Data Hitung Pengguna TikTok Shop

NO RE SP	DATA HITUNG PENGGUNA <i>TIKTOK SHOP</i>																					
	NO KUESIONER																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	3	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
2	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
3	3	2	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2
4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	5	2	2
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	4	3	3	3	4	4	3
6	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	1	1	2	2	4	3	3	3
7	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3
8	3	3	3	4	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	3	3	2	3	4	3
9	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
10	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
11	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
12	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
13	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	2
14	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3
15	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4
16	3	4	4	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4
18	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
19	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2
20	5	4	5	3	2	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4

21	3	4	3	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
22	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	2	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	3	5	5	2	3
25	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3
27	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	5	5	3
28	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	5	3
29	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
31	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3
32	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
34	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2
37	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
38	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
39	2	3	3	2	2	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	5	3	3
40	3	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	2	5	2	1
41	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5
43	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4
44	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
45	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	2	3	5	5	5
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

47	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
48	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3
49	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
51	4	4	2	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
52	3	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5	3	4
53	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
54	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
55	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3
56	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	2	5	5	3	4	2	5	4	2	3	2
57	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	5	3
58	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
60	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
61	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
62	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	5	3	3	4	4	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	3	5	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4
65	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3
66	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	2
67	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
68	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
69	3	2	5	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3
70	4	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
72	5	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3

[illegible]

[illegible]

