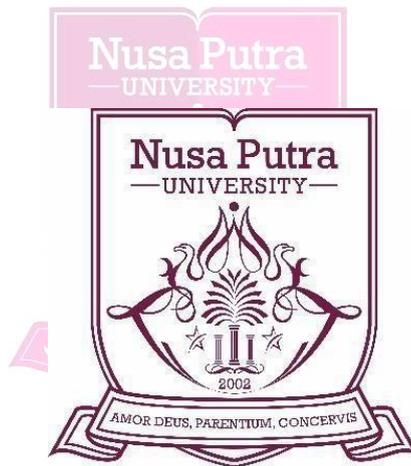


***TIKTOKSHOP: PENGGUNAAN METODE END USER  
COMPUTING SATIFICTION TERHADAP KEPUASAN GEN-Z***

**SKRIPSI**

**ENENG SRI MULYANI**

**20200050057**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNIK KOMPUTER DAN DESAIN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
JULI 2024**

***TIKTOKSHOP: PENGGUNAAN METODE END USER  
COMPUTING SATIFICTION TERHADAP KEPUASAN GEN-Z***

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh  
Gelar Sarjana Komputer*

**Eneng Sri Mulyani**

**20200050057**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNIK KOMPUTER DAN DESAIN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
JULI 2024**

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : *TIKTOKSHOP* : PENGGUNAAN METODE *END USER COMPUTING SATISFACTION* TERHADAP KEPUASAN GEN-Z  
NAMA : ENENG SRI MULYANI  
NIM : 20200050057

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 02 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Sukabumi, 02 Juli 2024

Pembimbing I



**Army Lattu, S.Pd.Kom., M.Kom**

NIDN. 0424089206

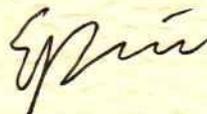
Pembimbing II



**M. Anton Permana, M.Kom**

NIDN. 0404069401

Ketua Penguji



**Adhitia Erfina, S.T., M.Kom**

NIDN. 0417049102

Ketua Program Studi Sistem Informasi



**Adhitia Erfina, S.T., M.Kom**

NIDN. 0417049102

Plh. Dekan Fakultas Teknik, Komputer dan Desain

**Ir.Paikun, S.T.,M.T.,IPM.,ASEAN Eng**

NIDN.0402037410

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : *TIKTOKSHOP* : PENGGUNAAN METODE *END USER COMPUTING SATISFACTION* TERHADAP KEPUASAN GEN-Z  
NAMA : ENENG SRI MULYANI  
NIM : 20200050057

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 02 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Sukabumi, 02 Juli 2024

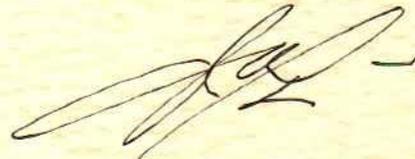
Pembimbing I



**Arny Lattu, S.Pd.Kom., M.Kom**

NIDN. 0424089206

Pembimbing II



**M. Anton Permana, M.Kom**

NIDN. 0404069401

Ketua Penguji



**Adhitia Erfina, S.T., M.Kom**

NIDN. 0417049102

Ketua Program Studi Sistem Informasi



**Adhitia Erfina, S.T., M.Kom**

NIDN. 0417049102

Plh. Dekan Fakultas Teknik, Komputer dan Desain

**Ir.Paikun, S.T.,M.T.,IPM.,ASEAN Eng**

NIDN.0402037410

## **ABSTRACT**

*As information technology and the internet develop, e-commerce platforms such as TikTok Shop have become an important part of life for Generation Z. TikTok Shop combines social media with e-commerce, which allows creators and users to promote and sell products directly. via video, live broadcasts and product catalogues. However, the popularity of TikTok Shop has also caused controversy because it is considered to be damaging market prices. After temporarily closing in October 2023, TikTok Shop reopened two months later in collaboration with PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. The aim of this research is to analyze the level of Gen-Z consumer satisfaction with Tiktokshop, in research using the End User Computing Satisfaction (EUCS) method with the variables content, accuracy, format, ease of use and timeless. The data analysis process uses the smartPLS application and the results of this analysis show that of the total of 5 hypotheses tested, 2 hypotheses were rejected. The content, format and timeless variables have T-test values above the threshold, namely  $>1.96$ , while the accuracy and ease of use variables have values less than 1.96. Therefore, the accuracy and ease of use variables need to be improved or optimized again.*

*Keywords: Tiktokshop, Gen-z, End User Computing Satisfaction*



## ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan internet, platform e-commerce seperti *Tiktokshop* telah jadi bagian terpenting didalam hidup yang utama untuk Generasi Z. *Tiktokshop* menggabungkan media sosial dengan *e-commerce*, yang mungkin membuat kreator serta pengguna untuk melakukan promosi dan menjual produk secara langsung lewat video, siaran langsung, dan katalog produk. Namun, popularitas *Tiktokshop* juga menimbulkan kontroversi karena dianggap merusak harga pasar. Setelah ditutup sementara pada Oktober 2023, *Tiktokshop* dibuka kembali dua bulan kemudian bekerja sama dengan PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Penelitian ini tujuannya ialah guna menganalisis tingkat kepuasan konsumen Gen-Z terhadap *Tiktokshop*, dalam penelitian menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dengan variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use* dan *timeless*. Proses analisis data menggunakan aplikasi *smartPLS* dan hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa dari total 5 hipotesis yang diuji, terdapat 2 hipotesis yang ditolak. Yang mana variabel *content*, *format*, dan *timeless* memiliki nilai *T-test* diatas ambang batas yaitu  $>1,96$ , sedangkan untuk variabel *accuracy* dan *ease of use* memiliki nilai yang kurang dari 1,96. Maka dari itu untuk variabel *accuracy* dan *ease of use* perlu di tingkatkan atau dioptimalkan lagi.

**Kata kunci:** *Tiktokshop*, *Gen-z*, *End User Computing Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi “TIKTOKSHOP: PENGGUNAAN METODE END USER COMPUTING SATIFICTION TERHADAP KEPUASAN GEN-Z” Tujuan penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana komputer.

Sehubungan dengan hal tersebut penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Kurniawan, S.T., M.Si., MM Selaku Rektor Universitas Nusa Putra.
2. Bapak Ir.Paikun, S.T.,M.T.,IPM.,ASEAN Eng. Selaku Plh Dekan Fakultas Teknik Komputer dan Desain Universitas Nusa Putra.
3. Bapak Adhithia Erfina, S.T., M.Kom Selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusa Putra.
4. Ibu Arny Lattu, S.Pd.Kom., M.Kom Selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. M Anton Pemanan,M.Kom Selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusa Putra Sukabumi.
7. Kedua Orang tua tercinta Ayah Wowoh dan Ibu Euis, serta seluruh keluarga besar yang peneliti sayangi dan cintai yang selalu senantiasa mendoakan, mendukung, memeberi perhatian dan kepercayaan kepada peneliti dalam menimba ilmu demi menggapai cita-cita.
8. Adik – adik penulis, M Vicry Alghifari (Jalu) dan Siti Syafiatul Husna (Uti) yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat bagi penulis dalam



menyelesaikan penelitian ini, semoga kelak kalian sukses dan bisa membanggakan kedua orang tua kita.

9. Teman-teman yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yaitu segenap anggota Red Velvet yang penulis sayangi.
10. Untuk seseorang yang belum bisa dituliskan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz*. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu cara memantaskan diri. Meski saat ini penulis tidak tau keberadaan mu entah dibumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa.
11. Kepada diri sendiri, Eneng Sri Mulyani, Terimakasih telah bertahan sejauh ini, terimakasih telah memilih berusaha dan terus berjuang sampai dapat berada dititik ini, walaupun sering kali merasa lelah dan putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Terimakasih karna tidak pantang menyerah dan terus berproses dalam menyelesaikan skripsi ini. Hal ini merupakan pencapaian yang mesti dirayakan untuk diri sendiri
12. Rekan-rekan seperjuangan di jurusan Sistem Informasi angkatan 2020
13. Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI) Universitas Nusa Putra.
14. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa kami sebutkan satu-persatu.

Dengan ini semua semoga atas izin Allah SWT semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini kebbaikannya Allah balas dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, Juli 2024

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Nusa Putra, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eneng Sri Mulyani  
NIM : 20200050057  
Program Studi : Sistem Informasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty – Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***TIKTOKSHOP: PENGGUNAAN METODE END USER COMPUTING  
SATIFACTION TERHADAP KEPUASAN GEN-Z***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi  
Pada tanggal : Juli 2024

Yang Menyatakan,

  
(Eneng Sri Mulyani)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Penelitian Terkait.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.3 Kerangka Berfikir .....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Tahap Penelitian.....	16

3.2 Objek Penelitian .....	17
3.3 Pengumpulan Data .....	17
3.4 Sumber Data .....	17
3.5 Pengolahan Data.....	19
3.6 Alat dan Data.....	20
3.7 Integrasi Metode EUCS .....	20
3.8 Dasar Pengembangan Hipotesis.....	21
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>23</b>
4.1 Hasil Analisis.....	23
4.2 Interpretasi Hasil Analisis .....	34
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>38</b>
5.1 Kesimpulan .....	38
5.2 Saran.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>45</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Skala Likert</i> .....	19
Tabel 4. 1 Hasil pengujian <i>outer loading</i> awal.....	25
Tabel 4. 2 Hasil pengujian <i>outer loading</i> akhir.....	27
Tabel 4. 3 Hasil <i>Composite Reliability</i> .....	28
Tabel 4. 4 Hasil AVE.....	28
Tabel 4. 5 hasil <i>cross loading</i> .....	29
Tabel 4. 6 hasil <i>cross loading Fornell-Lacker's</i> .....	30
Tabel 4. 7 Hasil nilai <i>Path Coefficient</i> .....	32
Tabel 4. 8 Hasil nilai <i>Coefficient of Determination</i> ( $R^2$ ).....	32
Tabel 4. 9 Hasil nilai <i>T-test</i> .....	33
Tabel 4. 10 Hasil uji Uji <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ).....	33
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ).....	34
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Relative Impact</i> ( $q^2$ ).....	34



## DAFTAR GAMBAR

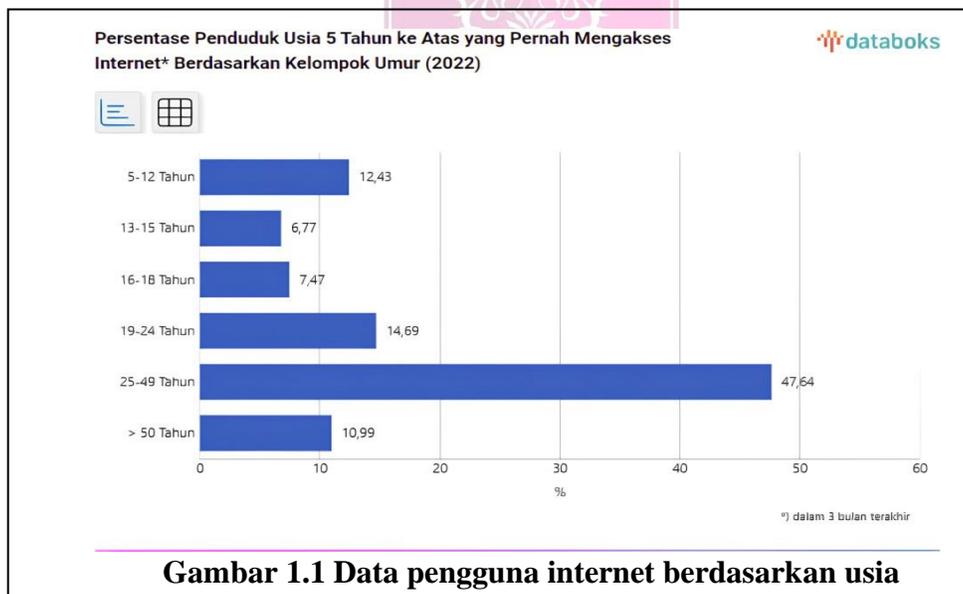
Gambar 1.1 Data pengguna internet berdasarkan usia.....	1
Gambar 1.2 Tingkat pengguna Tiktok .....	4
Gambar 1 .3 Pengguna Tiktok berdasarkan usia .....	5
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	16
Gambar 3. 2 Metode EUCS .....	21
Gambar 4. 1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden.....	23
Gambar 4. 2 Diagram linkaran Umur responden.....	24
Gambar 4. 3 Diagram intesitas penggunaan <i>tiktokshop</i> .....	24
Gambar 4. 4 Hasil analisis dengan menggunakan <i>smartPLS</i> .....	31



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan era *digital* saat ini berkembang dengan sangat cepat, perkembangan teknologi dari hari ke hari menciptakan banyak teknologi-teknologi baru yang bisa membantu serta mempermudah kehidupan manusia saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dan dirasakan dalam kehidupan sehari-hari yang semakin banyak menggunakan teknologi. Saat ini sangat banyak ragamnya aplikasi yang berbasis *online* dan membuat manusia tidak dapat lepas kaitan dan selalu mengandalkan teknologi untuk setiap aspek kehidupannya. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan internet, *platform-platform e-commerce* dan aplikasi belanja *online* telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi Generasi Z, yang tumbuh dalam era *digital* ini. Berdasarkan data yang diperoleh dari databoks tahun 2022 menyatakan bahwa pengguna internet saat ini paling banyak di rentan usia 25 – 49 Tahun.



**Gambar 1.1 Data pengguna internet berdasarkan usia**  
(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> di akses 19 Februari 2024)

Berdasarkan data tersebut bisa dilihat bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia saat ini didominasi oleh kelompok usia produktif yaitu usia 25-49 Tahun dengan jumlah penggunaanya sebanyak 47,64%, dan pengguna paling banyak

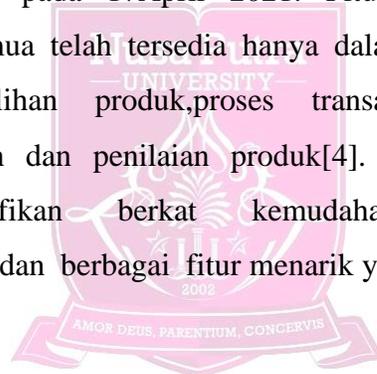
berikutnya yaitu kelompok usia 19-24 tahun sebanyak 14,69%. Maka dari itu gen-z menjadi kelompok kedua terbanyak dalam penggunaan internet saat ini. Satu *platform* yang saat ini di gandrungi di kalangan gen-z yaitu *platform* Tiktok. *Tiktokshop* merupakan sebuah media *social-commerce* yang menggabungkan media sosial dengan *E-Commerce*[1]. *TikTokshop* adalah *platform social e-commerce* yang memungkinkan penjual untuk menawarkan produknya ke pengguna TikTok secara langsung. Penjual maupun *kreator* dapat menjual produknya melalui *in-feed videos*, *LIVEs*, dan tab katalog produk[2]. Jadi dalam *platform tiktokshop* ini memungkinkan pengguna dan pembuat konten untuk mempromosikan dan menjual produk serta melakukan pembelian. Berjualan *online* di *Tiktokshop* memungkinkan mendapatkan uang dan keuntungan dari TikTok mengingat jumlah pengguna aplikasi ini juga semakin meningkat.

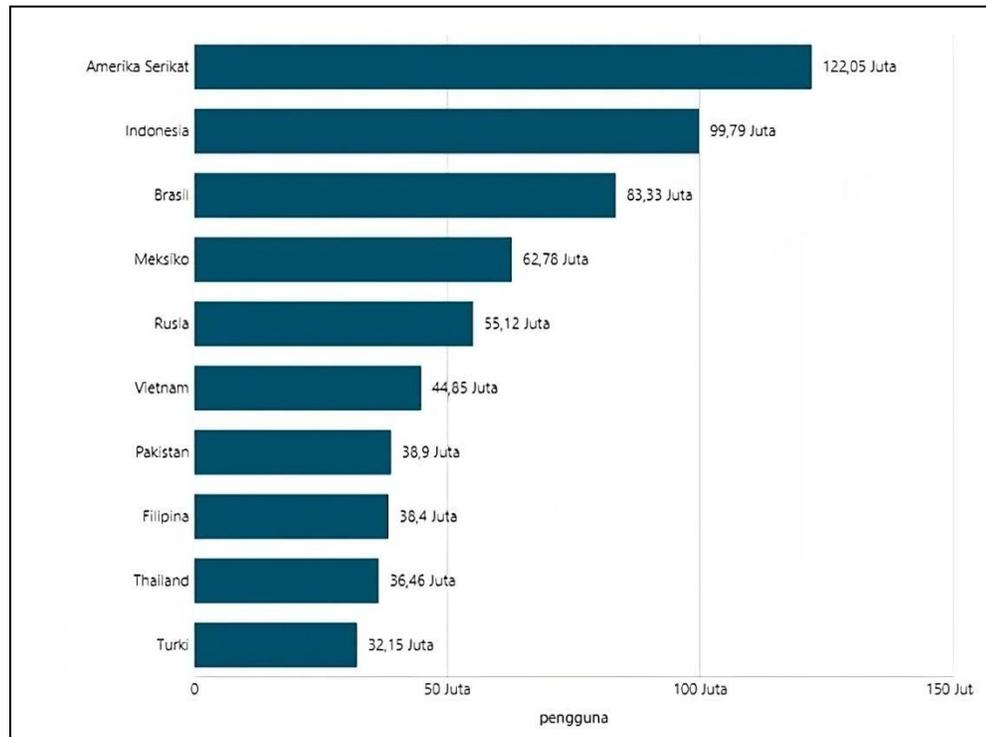
*Tiktokshop* muncul sebagai *fitur* terbaru dalam aplikasi TikTok yang diluncurkan pada 17 April 2021. *Fitur* ini sangat memudahkan penggunanya lantaran semua telah tersedia hanya dalam satu aplikasi mulai dari pengenalan produk, pemilihan produk, proses transaksi, komunikasi dengan penjual, hingga pengiriman dan penilaian produk. *Tiktokshop* telah memiliki popularitas yang signifikan berkat kemudahan penggunaannya, berbagai produk yang ditawarkan, dan berbagai *fitur* menarik yang telah tersedia. Perkembangan *tiktokshop* semakin tinggi setiap tahunnya, akan tetapi akhir-akhir ini *Tiktokshop* ramai diperbincangkan karena dianggap telah merusak harga di pasaran dengan jual rugi demi mendapatkan banyak pelanggan di *tiktokshop*[3].

Penutupan *Live Tiktokshop* ini bermula dari laporan para pedagang di Tanah Abang yang mengeluh bahwa mereka mengalami kerugian cukup besar karena mereka tidak bisa menyaingi harga barang yg dijual di tiktok oleh karena itu, pemerintah mulai melarang adanya *Live Tiktokshop*. Dari berita tersebut para konsumen merespon penutupan *Live Tiktokshop* dengan beragam pendapat. Ada yang setuju dengan penutupan tersebut karena mereka merasa bahwa *platform* ini merugikan UMKM di Indonesia. Namun, ada juga yang tidak setuju dengan

penutupan tersebut karena mereka merasa bahwa *Live Tiktoshop* memberikan kemudahan dalam berbelanja[3].

Setelah banyaknya keluhan para pedagang UMKM maka pada tanggal 4 Oktober 2023, *Tiktoshop* resmi ditutup dan *fitur Tiktoshop* pada tiktok dihilangkan. Akan tetapi penutupan ini tidak berlangsung lama, karena pada rentan waktu 2 bulan kemudian *Tiktoshop* resmi dibuka kembali. Berdasarkan penjelasan dari Bisnis.com kali ini *Tiktok shop* bekerja sama dengan PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk. (GOTO) dalam upaya pembukaanya kembali *tiktoshop* di indonesia. Perkembangan *tiktoshop* semakin berkembang dari tahun ke tahun, sebagaimana data perkembangan tiktok dari katadata yang menunjukkan bahwa Indonesia menjadi negara ke dua dengan pengguna tiktok terbanyak di dunia yaitu sebanyak 99,79 juta pengguna pada tahun 2023. *Tiktoshop* muncul sebagai *fitur* terbaru dalam aplikasi Tiktok yang diluncurkan pada 17April 2021. Fitur ini sangat memudahkan penggunanya lantaran semua telah tersedia hanya dalam satu aplikasi mulai dari pengenalan produk,pemilihan produk,proses transaksi, komunikasi dengan penjual,hingga pengiriman dan penilaian produk[4]. *Tiktoshop* telah memiliki popularitas yang signifikan berkat kemudahan penggunaannya, berbagai produk yang ditawarkan, dan berbagai fitur menarik yang telah tersedia.

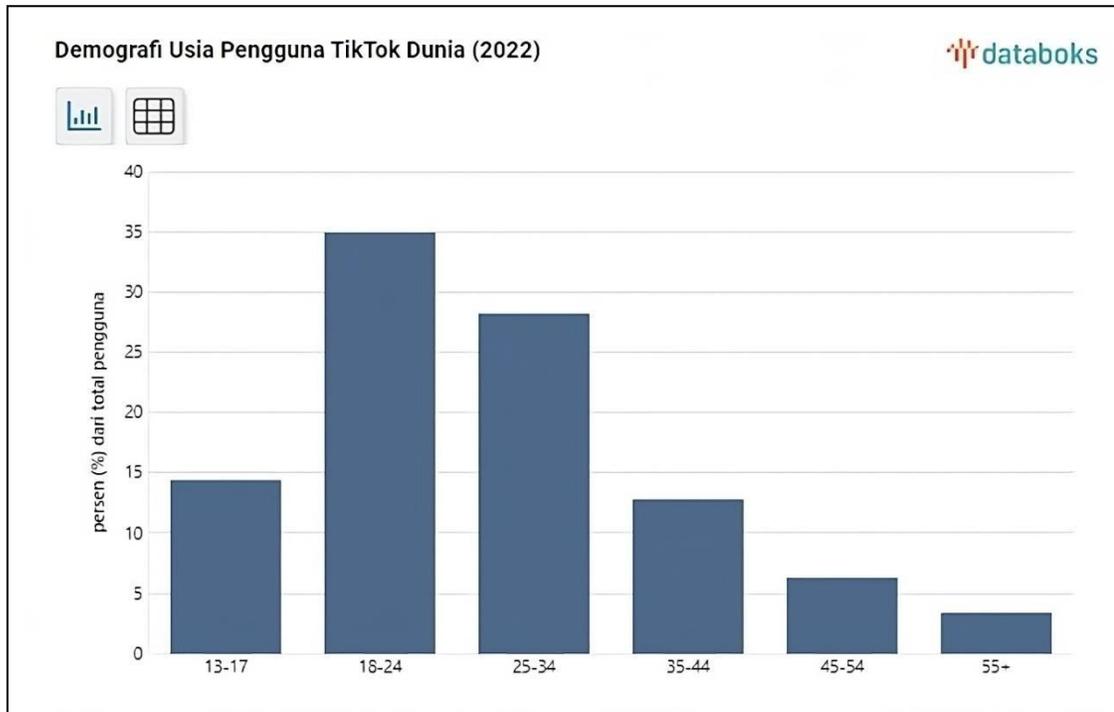




**Gambar 1.2 Tingkat pengguna Tiktok[5]**

(Sumber : : <https://databoks.katadata.co.id> di akses 19 Februari 2024)

Berdasarkan data yang didapat dari katadata.co.id negara Indonesia menjadi negara ke dua terbanyak pengguna *platform* tiktok setelah Amerika Serikat. Dari banyaknya jumlah pengguna tiktok di Indonesia saat ini di dominasi oleh kalangan anak muda atau gen-z dengan jumlah presentase sebanyak 35% untuk usia 18-24 tahun dan 28% untuk usia 25-34 tahun. Maka dari itu pengguna gen-z merupakan pengguna *dominan*, dengan rentan umur 12 hingga 27 tahunan, sehingga penelitian ini akan berkoordinasi dengan gen-z sebagai pengguna *dominan* dan untuk mengetahui tingkat kepuasan gen-z terhadap *fitur Tiktokshop* saat ini.



**Gambar 1.3 Pengguna Tiktok berdasarkan usia[5]**

(Sumber : : <https://databoks.katadata.co.id> di akses 21 Februari 2024)

Penelitian ini akan difokuskan pada tingkat kepuasan pengguna terhadap *Tiktokshop*. Hal ini untuk menyatakan bahwa kualitas pelayan adalah suatu hal yang harus diperhatikan yang mana menjadi salah satu strategi bisnis untuk memberikan kenyamanan dan mendapatkan kepercayaan dari para penggunanya. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di *Tiktokshop*, Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di *Tiktokshop* saat ini terutama dikalangan Gen-z, dan juga pengaruh gen-z terhadap perkembangan *tiktokshop*. Maka dari itu penelitian dilakukan untuk menganalisis kepuasan pengguna terhadap *tiktokshop*.

Penelitian ini akan menggunakan metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*), *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[6]. Dalam penelitian

menggunakan metode EUCS ini ada beberapa variabel yang akan digunakan yaitu konten (*content*), akurasi (*accuracy*), *format* (*format*), kemudahan pengguna (*ease of use*), dan ketepatan waktu (*timeliness*). Berdasarkan latar belakang serta tujuan penelitian maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul “TIKTOKSHOP: PENGGUNAAN METODE END USER COMPUTING SATIFICTION TERHADAP KEPUASAN GEN-Z”

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang melatar belakangi pemilihan judul diatas, maka diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tingkat kepuasan pengguna Generasi Z terhadap pengalaman menggunakan *Tiktokshop*?
- 2) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di *Tiktokshop*?
- 3) Apakah metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*) dapat diaplikasikan dengan efektif untuk mengukur kepuasan pengguna *Tiktokshop* di kalangan Generasi Z?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan maka dapat diidentifikasi batasan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini berfokus pada kalangan gen-z, yang umumnya merupakan individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2010-an
- 2) Fokus penelitian akan difokuskan pada aspek-aspek tertentu yang mempengaruhi kepuasan pengguna, berdasarkan variabel- variabel dari EUCS
- 3) Penelitian ini akan membatasi lingkupnya pada ekosistem *Tiktokshop*, tanpa menyelidiki pengaruh dari *platform* media sosial lain atau aplikasi belanja *online* yang mungkin digunakan oleh pengguna Generasi Z.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab seluruh permasalahan yang telah dirumuskan diatas, yang dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Menilai tingkat kepuasan pengguna Generasi Z terhadap pengalaman menggunakan tiktok shop.
- 2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap *tiktokshop*
- 3) Mengevaluasi efektivitas metode EUCS dalam mengukur kepuasan pengguna *tiktokshop* dan memahami sejauh mana metode ini dapat memberikan wawasan yang relevan.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagi Penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman serta wawasan ilmu yang telah diperoleh dibangku perkuliahan khususnya pada ilmu analisis demi mendukung pengambilan keputusan dan mengukur kinerja suatu sistem.
- 2) Bagi Instansi  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah substansional dalam pengembangan ilmu penelitian bagi universitas nusa putra serta dijadikan sebagai bahan bacaan di bidang Sistem Informasi yang dapat membantu dalam proses belajar.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

##### BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II : Landasan Teori**

Bab ini berisikan teori berupa pengertian dan penjelasan yang diambil dari beberapa literature review yang berhubungan dengan kepuasan pengguna pada suatu sistem atau produk.

**BAB III : Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan, pengumpulan data, analisis data, teknik, langkah-langkah penelitian serta jadwal penelitian. Dengan metode yang digunakan yaitu *End User Computing Satisfaction (EUCS)*.

**BAB IV : Hasil Penelitian**

Bab ini berisi tentang hasil analisis data dari penelitian yang dilakukan serta disajikan dalam bentuk data ilmiah.

**BAB V : Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan rekomendasi yang berkaitan dengan analisa dan evaluasi mengenai *Tiktokshop*.





## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis kepuasan Gen-z terhadap *tiktokshop* menggunakan metode EUCS, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya yaitu:

- a. Dalam penelitian ini peneliti berhasil mengumpulkan responden sebanyak 276 responden, berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa pengguna *tiktokshop* didominasi oleh perempuan yaitu ada sebanyak 77,5% sedangkan pengguna laki-laki hanya sebanyak 22,5% saja. Selain daripada itu usia para pengguna *tiktokshop* juga didominasi oleh para remaja gen-z sesuai dengan target penelitian ini. Yang mana ada sebanyak 79% pengguna berusia 18 – 25 tahun, tersebut. Kedua terbanyak yaitu usia 25 – 34 Tahun sebanyak 16,7% dan pengguna paling sedikit yaitu di usia 12 – 18 Tahun sebanyak 9,1% dari jumlah total pengguna *tiktokshop*. Sedangkan, intensitas penggunaan *tiktokshop* terbesar yaitu sebesar 42% pengguna menggunakan *tiktokshop* 1 – 3 kali dalam seminggu. Dan ada 34,8% orang menggunakan *tiktokshop* hanya 1 kali dalam seminggu. 14,7% menggunakan *tiktok* 4 -5 kali seminggu dan ada 10,5% pengguna menggunakan *tiktokshop* lebih dari 5 kali dalam seminggu.
- b. Dari lima hipotesis yang diajukan, terdapat 3 hipotesis yang diterima dalam penelitian ini, yaitu :
  - *Content* terhadap *User satisfaction*  
Berdasarkan hasil analisis, variabel *content* memiliki pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Hal ini berarti isi atau konten yang diberikan oleh *tiktokshop* dapat mempengaruhi kepuasan penggunanya
  - *Format* terhadap *User satisfaction*  
Berdasarkan hasil analisis, variabel *format* memiliki pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Hal ini berarti bentuk atau format yang diberikan oleh *tiktokshop* dapat mempengaruhi kepuasan penggunanya.

- *Timeless* terhadap *User satisfaction*  
Berdasarkan hasil analisis, variabel *timeless* memiliki pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Hal ini berarti ketepatan waktu yang diberikan oleh *tiktokshop* dapat mempengaruhi kepuasan penggunanya.
- c. Dari lima hipotesis yang diajukan, terdapat 2 hipotesis yang ditolak dalam penelitian ini, yaitu :
  - *Accuracy*  
Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *accuracy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang mana nilai dari path coefficient berada dibawah nilai ambang batas toleransi. Selain itu pengujian *t-test* juga menunjukkan bahwa hipotesis pada *accuracy* ini ditolak dikarenakan nilainya dibawah 1,96, maka dari itu untuk variabel *accuracy* perlu dioptimalkan kembali dikarena *accuracy* menjadi salah satu hal yang penting dalam sebuah sistem.
  - *Ease of use*  
Berdasarkan hasil pengujian pada variabel *ease of use* ini menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, nilai pengujian pada path coefficient menunjukkan 0,072 yang mana nilai tersebut tidak memenuhi syarat. Adapun nilai *t-test* pada variabel ini yaitu sebesar 0,834 yang artinya hipotesis untuk variabel *ease of use* ini ditolak. Jadi, untuk variabel *ease of use* ini kurang dan perlu pengembangan serta pengoptimalan lagi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

- a. Pengembangan Variabel Penelitian yaitu dengan cara Mengembangkan dan menambahkan variabel baru yang mungkin lebih relevan dengan kepuasan pengguna Gen-Z, seperti *perceived enjoyment*, *social influence*, atau *trust*.
- b. Melakukan analisis menggunakan pemodelan lain seperti *Extended ECM* (*Expectation Confirmation Model*) atau model *UTAUT 3* (*Unified Theory of*

Acceptance and Use of The Technology) untuk menganalisis kepuasan pengguna suatu aplikasi.

- c. Meneliti kepuasan pengguna berdasarkan segmen demografis yang berbeda selain Gen-Z, seperti Gen-X atau Millennial, untuk melihat apakah ada perbedaan signifikan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Nur Qisthi, A. Pratama Yudya Putra, M. Athallah Khairi Arief, R. Athhar Ramadhan, and L. Bellaning Restu, “Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Platform Marketplace Akibat Penutupan Tiktok Shop: Studi Kasus Gen Z di UPI Kampus Tasikmalaya,” *J. Publ. Manaj. Inform.*, vol. 3, no. 1, p. 46115, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.55606/jupumi.v3i1.2484>
- [2] Universitas Bakrie, “Kenalan dengan TikTok Shop, Social Commerce yang Sedang Naik Daun,” Universitas Bakrie. Accessed: Feb. 19, 2024. [Online]. Available: <https://bakrie.ac.id/articles/591-kenalan-dengan-tiktok-shop-social-commerce-yang-sedang-naik-daun.html#>
- [3] Dachlan 2014:1, 濟無 *No Title No Title No Title*, vol. 4, no. 1. 2014.
- [4] A. Hamdani, N. Rahma, and M. A. Jannah, “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Berita Penutupan Live TikTok Shop,” *Pros. Semin. Nas.*, pp. 743–752, 2023.
- [5] K. Data, “Databoks.Katadata.” [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id>
- [6] U. T. Gobel, M. R. Katili, and M. Polin, “Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna SIKS-NG Menggunakan Metode EUCS Di Kabupaten Bone Bolango,” vol. 2, no. 1, 2022.
- [7] S. Sakinah and N. R. Oktadini, “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Dana Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS),” *JTKSI (Jurnal Teknol. Komput. dan Sist. Informasi)*, vol. 6, no. 2, p. 185, 2023, doi: 10.56327/jtksi.v6i2.1487.
- [8] E. Istianah and W. Yustanti, “Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing

- Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna,” *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 3, no. 4, pp. 36–44, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/47882>
- [9] F. Darwati, Lilis, “Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS),” *JUST IT J. Sist. Informasi, Teknol. Inf. dan Komput.*, vol. 12, no. 2, pp. 34–42, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- [10] A. N. Sanjaya, D. Zunaida, and A. Chanafi, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Islam Malang),” *Jiagabi*, vol. 12, no. 1, pp. 46–52, 2023.
- [11] D. Bhanuwati, “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Tiktok Shop @eigeradventurecom Tahun 2023,” vol. 9, no. 6, pp. 2752–2754, 2023.
- [12] S. F. Abdinnour-Helm, B. S. Chaparro, and S. M. Farmer, “Using the End-User Computing satisfaction (EUCS) instrument to measure satisfaction with a Web Site,” *Decis. Sci.*, vol. 36, no. 2, pp. 341–364, 2005, doi: 10.1111/j.1540-5414.2005.00076.x.
- [13] R. Prabawanti and D. J. C. Sihombing, “Analysis of Factors Affecting User Satisfaction of E-Commerce Applications Using End-User Computing Satisfaction (EUCS) Method,” *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 5, no. 1, pp. 324–332, 2023, doi: 10.51519/journalisi.v5i1.437.
- [14] J. G. Pratama, A. Afriyudi, and I. Z. Yadi, “Analisa Sistem Informasi Entri KRS Online Pada Universitas Bina Darma Dengan Menggunakan Metode End-User Computing (EUC) Satisfaction,” *J. Ilm. Fak. Ilk.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2020.

- [15] L. Y. Hastini, R. Fahmi, and H. Lukito, “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?,” *J. Manaj. Inform.*, vol. Volume 10, no. April, p. 12, 2020, doi: 10.34010/jamika.v10i1.
- [16] I. Purwandani, “Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Elearning Menggunakan EUCS dan Model Delone and McLean,” *IJSE – Indones. J. Softw. Eng. Implementasi*, vol. 4, no. 2, pp. 6–13, 2018, [Online]. Available: <https://ijse.web.id/jurnal/index.php/ijse/article/view/77/77>
- [17] R. D. Fauzan, “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI MOBILE PELAYANAN PELANGGAN TELEKOMUNIKASI MENGGUNAKAN METODE END- USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS) Sebagai,” *Science (80-. )*, vol. 7, no. 1, pp. 1–8, 2022, [Online]. Available: <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9>  
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017>  
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674>  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11910031>
- [18] N. E. Rozanda and A. Masriana, “Perbandingan Metode HOT Fit dan TAM dalam Mengevaluasi Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (SIMPEG) (Studi Kasus : Pengadilan Tata Usaha Negara Pekanbaru),” *Semin. Nas. Teknol. Informasi, Komun. dan Ind.* 9, vol. ISSN 2579, pp. 18–19, 2017.
- [19] P. R. Sihombing and A. M. Arsani, *Aplikasi Minitab Untuk Statistisi Pemula*, no. March. 2022. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/359053660>
- [20] R. Saputra and M. R. Sanjaya, “Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction Reza,”

*Kaji. Ilm. Inform. dan Komput.*, vol. 4, no. 2, pp. 792–802, 2023, doi: 10.30865/klik.v4i2.1218.

- [21] A. Ginting, R. Roslina, and W. Wanayumini, “Analisis Penerimaan Sistem Ujian CBT Menggunakan Metode UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) di Lingkungan Kampus,” *J. Media Inform. Budidarma*, vol. 5, no. 2, p. 532, 2021, doi: 10.30865/mib.v5i2.2924.
- [22] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Arstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 7th ed. Pearson, 2011.



**LAMPIRAN**

Nama : Eneng Sri Mulyani

NIM : 20200050057

Tempat, Tanggal Lahir : Sukabumi, 19 Agustus 2002

Alamat : Kp. Cilubang Rt01/Rw10 Desa Hegarmanah

Kecamatan : Cicantayan

Kabupaten : Sukabumi

Pendidikan :

- MI Cilubang
- SMP Islam Hegarmanah
- SMK Islam Hegarmanah
- UNIVERSITAS NUSA PUTRA SUKABUMI

Pekerjaan : Mahasiswa

Publikasi/Penelitian Ilmiah : “TIKTOK SHOP: PENGGUNAAN METODE EUCS  
(END USER COMPUTING SATIFICTION)  
TERHADAP KEPUASAN GEN-Z”

