

**ANALISIS DAN PERBANDINGAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
PENGGUNA TIKTOK SHOP DAN SHOPEE BERDASARKAN
MODEL EUCS (END-USER COMPUTING SATISFACTION)**

SKRIPSI

Oleh:

**IVANDER VALENTINO YAPIT
NIM. 221120347
JENNIFER
NIM. 221120674**



**PROGRAM STUDI S-1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

**ANALYSIS AND COMPARISON OF USER SATISFACTION
FACTORS OF TIKTOK SHOP AND SHOPEE BASED ON THE END-
USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS) MODEL**

UNDERGRADUATE THESIS

By:

**IVANDER VALENTINO YAPIT
ID NUMBER. 221120347
JENNIFER
ID NUMBER. 221120674**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF
INFORMATIC SYSTEM
FACULTY OF INFORMATICS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

LEMBARAN PENGESAHAN

**ANALISIS DAN PERBANDINGAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
PENGGUNA TIKTOK SHOP DAN SHOPEE BERDASARKAN
MODEL EUCS (END-USER COMPUTING SATISFACTION)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana
Program Studi S-1 Sistem Informasi

Oleh:

IVANDER VALENTINO YAPIT
NIM. 221120347
JENNIFER
NIM. 221120674

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,


Hita, S.Kom., M.TI.

Dosen Pembimbing II,


Zulpa Salsabila, S.Kom., M.M.S.I.

Medan, 13 Februari 2026
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
S-1 Sistem Informasi,




Tri Wulandari Ginting, S.Kom., M.Kom.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-I Sistem Informasi Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Ivander Valentino Yapit

NIM : 221120347

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Skripsi dengan judul penelitian sebagai berikut:

Judul Skripsi : Analisis dan Perbandingan Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna TikTok Shop dan Shopee Berdasarkan Model EUCS (*End-User Computing Satisfaction*)

Tempat Penelitian :-

Alamat Tempat Penelitian :-

No Telp. Tempat Penelitian :-

Sehubungan dengan Skripsi tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian dan penulisan Skripsi tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar. Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Skripsi saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, buku, ataupun perangkat lunak/sistem informasi.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 10 Januari 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Ivander Valentino Yapit

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Jennifer
NIM : 221120674

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Skripsi dengan judul penelitian sebagai berikut:

Judul Skripsi : Analisis dan Perbandingan Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna TikTok Shop dan Shopee Berdasarkan Model EUCS (*End-User Computing Satisfaction*)
Tempat Penelitian : -
Alamat Tempat Penelitian : -
No Telp. Tempat Penelitian : -

Sehubungan dengan Skripsi tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian dan penulisan Skripsi tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar. Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Skripsi saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, buku, ataupun perangkat lunak/sistem informasi.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 10 Januari 2026

Saya yang membuat pernyataan,


JENNIFER
221120674

ANALISIS DAN PERBANDINGAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PENGGUNA TIKTOK SHOP DAN SHOPEE BERDASARKAN MODEL EUCS (END-USER COMPUTING SATISFACTION)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan faktor-faktor kepuasan pengguna aplikasi TikTok Shop dan Shopee menggunakan model End User Computing Satisfaction (EUCS). Topik penelitian dipilih berdasarkan pesatnya perkembangan e-commerce, meningkatnya persaingan antar platform, serta adanya perubahan tampilan dan fitur yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna TikTok Shop dan Shopee. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji hipotesis parsial dan simultan, serta Paired Sample t-Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi EUCS, yaitu Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Secara parsial, Timeliness pada TikTok Shop dan Accuracy pada Shopee berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hasil uji perbandingan menunjukkan adanya perbedaan kepuasan pengguna pada hampir seluruh dimensi EUCS, kecuali Content, dan secara keseluruhan Shopee memiliki tingkat kepuasan pengguna yang lebih tinggi dibandingkan TikTok Shop. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas sistem dan kepuasan pengguna e-commerce.

Kata kunci: *kepuasan pengguna, EUCS, TikTok Shop, Shopee, e-commerce*

Abstract

This study aims to analyze and compare the factors influencing user satisfaction of the TikTok Shop and Shopee applications using the End User Computing Satisfaction (EUCS) model. The research topic was selected based on the rapid growth of e-commerce, increasing competition among platforms, and changes in interface design and features that may affect user satisfaction. This study employed a quantitative method by collecting data through questionnaires distributed to TikTok Shop and Shopee users. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, partial and simultaneous hypothesis testing, and the Paired Sample t-Test. The results show that all EUCS dimensions - Content, Accuracy, Format, Ease of Use, and Timeliness simultaneously have a significant effect on user satisfaction. Partially, Timeliness in TikTok Shop and Accuracy in Shopee show positive but insignificant effects. The comparative test indicates differences in user satisfaction across almost all EUCS dimensions, except Content, and overall, Shopee demonstrates a higher level of user satisfaction than TikTok Shop. The findings of this study are expected to serve as an evaluation reference for improving system quality and user satisfaction in e-commerce platforms.

Keywords: *user satisfaction, EUCS, TikTok Shop, Shopee, e-commerce*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan selesai tepat waktu yang berjudul “Analisis dan Perbandingan Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna TikTok Shop dan Shopee Berdasarkan Model EUCS (*End-User Computing Satisfaction*)”.

Penulisan tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan dari akademik untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Sistem Informasi pada Fakultas Informatika di Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari banyaknya rintangan dan hambatan yang terjadi selama proses pengerjaan tugas akhir, namun berkat adanya dukungan, motivasi, doa, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hita, S.Kom., M.TI., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bantuan berupa bimbingan, pengetahuan dan arahan selama proses penulisan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Zulpa Salsabila, S.Kom., M.M.S.I., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bantuan berupa bimbingan, pengetahuan dan arahan selama proses penulisan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Rektor I Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Sunaryo Winardi, S.Kom., M.T., selaku Dekan Fakultas Informatika Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Tri Wulandari Ginting, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Mikroskil Medan.
7. Bapak Ricky Paian Limbong, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Wali Sistem Informasi B Sore.
8. Seluruh dosen Universitas Mikroskil yang telah banyak memberikan pelajaran serta ilmu yang berharga kepada penulis selama duduk di bangku kuliah.
9. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bimbingan, semangat, doa dan dukungan kepada penulis selama proses penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi semua pihak serta bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Sistem Informasi.

Medan, 10 Januari 2026

Penulis,

Ivander Valentino Yapit

Jennifer



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Ruang Lingkup.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	6
2.1 <i>E-Commerce</i>	6
2.2 Aplikasi <i>Mobile</i>	7
2.3 TikTok Shop.....	8
2.4 Shopee	8
2.5 Kepuasan Pengguna.....	9
2.6 Model EUCS (<i>End User Computing Satisfaction</i>).....	9
2.7 Populasi	11
2.8 Sampel	11
2.9 Teknik <i>Sampling</i>	12
2.9.1 <i>Probability Sampling</i>	12
2.9.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	13
2.10 Kuesioner.....	15
2.11 Skala <i>Likert</i>	15
2.12 Pengujian Kualitas Data	15
2.12.1 Uji Validitas.....	15
2.12.2 Uji Reliabilitas.....	16
2.13 Rumus <i>Lemeshow</i>	17
2.14 Uji Asumsi Klasik	17
2.14.1 Uji Normalitas	17

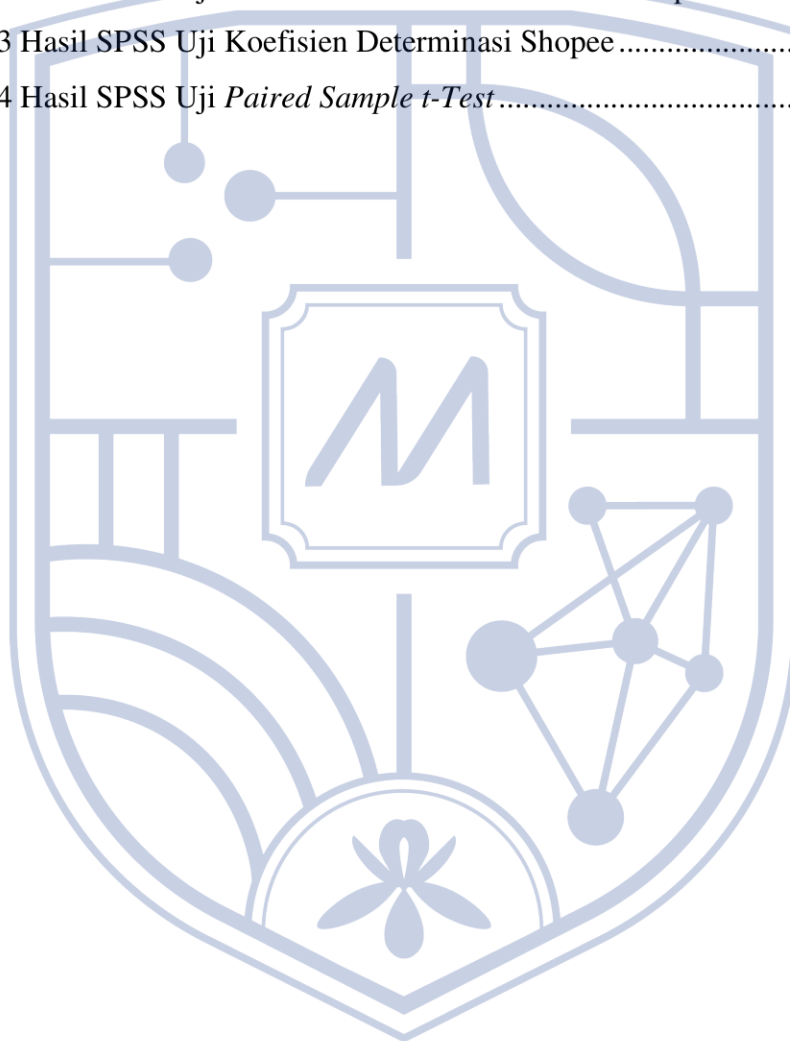
2.14.2 Uji Multikolinearitas	18
2.14.3 Uji Heteroskedastisitas	18
2.14.4 Uji Autokorelasi	19
2.15 Analisis Regresi.....	19
2.15.1 Analisis Regresi Linear	20
2.15.2 Analisis Regresi Linear Berganda	20
2.16 Uji Hipotesis.....	21
2.16.1 Uji Parsial (Uji t)	21
2.16.2 Uji Simultan (Uji F).....	21
2.16.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	22
2.16.4 <i>Paired Sample t-Test</i>	22
2.17 Kerangka/Model Konseptual.....	22
2.18 Penelitian Terdahulu.....	24
2.19 Pengembangan Hipotesis.....	33
BAB III TAHAPAN PELAKSANAAN.....	39
3.1 Tahapan Penelitian	39
3.2 Objek Penelitian	43
3.2.1 TikTok Shop.....	43
3.2.2 Shopee	50
3.3 Metode Pengumpulan Data	58
3.3.1 Kuesioner Penelitian.....	59
3.4 Populasi dan Sampel.....	62
3.4.1 Populasi	62
3.4.2 Sampel	62
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	63
3.6 Metode Analisis Data	65
3.6.1 Uji Validitas.....	65
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	65
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	66
3.6.3.1 Uji Normalitas	66
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas	67
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	67
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	67
3.6.5 Uji Hipotesis.....	68

3.6.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	68
3.6.5.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	68
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
3.6.5.4 <i>Paired Sample t-Test</i>	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil	70
4.1.1 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	70
4.1.2 Gambaran Umum Responden (Demografi)	71
4.1.3 Kualitas Data	72
4.1.3.1 Uji Validitas	72
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	75
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif	77
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	80
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas	80
4.1.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.1.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
4.1.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	88
4.1.7.1 Hasil Uji T	88
4.1.7.2 Hasil Uji F	91
4.1.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93
4.1.7.4 Hasil Uji <i>Paired Sample t-Test</i>	94
4.2 Pembahasan	96
BAB V PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	117
LAMPIRAN	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model <i>End User Computing Satisfaction</i>	10
Gambar 2. 2 <i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	18
Gambar 3. 1 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	40
Gambar 3. 2 Tampilan <i>Splash Screen</i> TikTok Shop	44
Gambar 3. 3 Tampilan Halaman Utama TikTok Shop	45
Gambar 3. 4 Tampilan Pencarian Produk TikTok Shop	46
Gambar 3. 5 Tampilan Halaman <i>Live</i> TikTok Shop	47
Gambar 3. 6 Tampilan Keranjang Pemesanan TikTok Shop	48
Gambar 3. 7 Tampilan <i>Checkout</i> Pemesanan TikTok Shop	49
Gambar 3. 8 Tampilan Informasi Akun dan Profil TikTok Shop	50
Gambar 3. 9 Tampilan <i>Splash Screen</i> Shopee	52
Gambar 3. 10 Tampilan Halaman Utama Shopee	53
Gambar 3. 11 Tampilan Pencarian Produk Shopee	54
Gambar 3. 12 Tampilan Halaman <i>Live</i> Shopee	55
Gambar 3. 13 Tampilan Keranjang Pemesanan Shopee	56
Gambar 3. 14 Tampilan <i>Checkout</i> Pemesanan Shopee	57
Gambar 3. 15 Tampilan Informasi Akun dan Profil Shopee	58
Gambar 4. 1 Tampilan Kuesioner Google Form	70
Gambar 4. 2 Demografi Responden Berdasarkan Usia	71
Gambar 4. 3 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4. 4 Hasil SPSS Uji Validitas TikTok Shop	73
Gambar 4. 5 Hasil SPSS Uji Validitas Shopee	74
Gambar 4. 6 Hasil SPSS Uji Reliabilitas TikTok Shop	75
Gambar 4. 7 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Shopee	76
Gambar 4. 8 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized TikTok Shop</i>	80
Gambar 4. 9 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> TikTok Shop	81
Gambar 4. 10 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Shopee</i>	81
Gambar 4. 11 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> Shopee	82
Gambar 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas TikTok Shop	83
Gambar 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas Shopee	84
Gambar 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas TikTok Shop	85

Gambar 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Shopee	85
Gambar 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda TikTok Shop	86
Gambar 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Shopee	87
Gambar 4. 18 Hasil Uji t-Test TikTok Shop	89
Gambar 4. 19 Hasil Uji t-Test Shopee.....	89
Gambar 4. 20 Hasil SPSS Uji F TikTok Shop	92
Gambar 4. 21 Hasil SPSS Uji F Shopee.....	92
Gambar 4. 22 Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi TikTok Shop	93
Gambar 4. 23 Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi Shopee.....	94
Gambar 4. 24 Hasil SPSS Uji <i>Paired Sample t-Test</i>	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Skala Likert	59
Tabel 3. 2 Kuesioner Penelitian TikTok Shop	59
Tabel 3. 3 Kuesioner Penelitian Shopee.....	61
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel	64
Tabel 4. 1 Hasil Perolehan Kuesioner	71
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas TikTok Shop.....	73
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Shopee	74
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> TikTok Shop	75
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> Shopee	76
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif TikTok Shop	77
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Shopee	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji F TikTok Shop	92
Tabel 4. 9 Hasil Uji F Shopee	93
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi TikTok Shop	93
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Shopee.....	94
Tabel 4. 12 Uji <i>Paired Sample t-Test</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Perbedaan Tampilan TikTok Shop	118
Lampiran 2 Tampilan <i>Shop Page</i> TikTok Shop (v35.5.3)	118
Lampiran 3 Tampilan <i>Shop Page</i> TikTok Shop (v41.9.3)	118
Lampiran 4 Tampilan <i>Discount</i> TikTok Shop (v35.5.3)	119
Lampiran 5 Tampilan <i>Discount</i> TikTok Shop (v41.9.3)	119
Lampiran 6 Tampilan <i>Payment Method</i> TikTok Shop (v35.5.3)	120
Lampiran 7 Tampilan <i>Payment Method</i> TikTok Shop (v41.9.3)	120
Lampiran 8 Tampilan Toko/ <i>Shop</i> TikTok Shop (v35.5.3)	121
Lampiran 9 Tampilan Toko/ <i>Shop</i> TikTok Shop (v41.9.3)	121
Lampiran 10 Tabel Perbedaan Tampilan Shopee	122
Lampiran 11 Tampilan <i>Home</i> Aplikasi Shopee 2024	122
Lampiran 12 Tampilan <i>Home</i> Aplikasi Shopee (v3.59.43) 2025	122
Lampiran 13 Tampilan <i>Live</i> Aplikasi Shopee 2024	123
Lampiran 14 Tampilan <i>Live</i> Aplikasi Shopee 2025	123

