

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital adalah proses perubahan yang dilakukan oleh setiap organisasi untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis. Transformasi ini menjadi krusial bagi para pelaku usaha agar tetap kompetitif di tingkat global (Olimsar *et al.*, 2024). Di era digital saat ini, teknologi dan internet terus berkembang pesat, membawa perubahan signifikan terhadap gaya hidup masyarakat. Salah satu perubahan besar tersebut adalah pertumbuhan industri *e-commerce*. *E-commerce* kini telah menjadi tren di kalangan masyarakat, menawarkan cara berbelanja yang lebih praktis serta memberikan pengalaman baru dan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia terus meningkat dengan cepat, seiring dengan semakin banyaknya masyarakat yang mulai meninggalkan kebiasaan berbelanja secara konvensional dan beralih ke belanja online (Putri & Marlien, 2022).

Seiring dengan pesatnya perkembangan *e-commerce*, *digital payment* juga telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi. *Digital payment*, yang merupakan sistem pembayaran elektronik, memberikan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen dalam bertransaksi tanpa perlu menggunakan uang tunai. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara cepat dan aman melalui platform digital, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun belanja online (Handayani *et al.*, 2023). Integrasi antara *digital payment* dan *e-commerce* semakin menguatkan posisi kedua teknologi ini sebagai komponen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak memanfaatkan teknologi *digital payment* untuk meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen serta memperluas jangkauan pasar mereka (Putri & Marlien, 2022).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan platform belanja online yang sangat pesat. Sebagian besar masyarakatnya pernah melakukan transaksi belanja secara online. Banyaknya transaksi online tersebut dilakukan melalui berbagai macam platform *e-commerce* seperti Lazada, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan berbagai macam marketplace lainnya. Tren *e-commerce* terus berkembang seiring dengan kemajuan internet dan teknologi digital di Indonesia. Minat dan antusiasme masyarakat terhadap perkembangan ini menyebabkan semakin banyak jumlah *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia. Salah satu *e-commerce* ini banyak diminati adalah Shopee (Idris *et al.*, 2023).



akan salah satu platform belanja online terkemuka di Indonesia atau dalam jumlah pengguna aktif bulanan (*monthly active user*). Set SnapCart, Shopee merupakan *e-commerce* yang paling banyak diminati masyarakat. Jumlah pengunjung aktif harian aplikasi Shopee Dalam indikator frekuensi belanja pada riset SnapCart, Shopee

juga menjadi perusahaan dengan frekuensi transaksi bulanan tertinggi dibandingkan *e-commerce* lain dalam tiga bulan terakhir, dengan rata-rata 5,44 kali per bulan. Pada Agustus 2021, Shopee memiliki 28,35 juta pengguna aktif harian, sedangkan Tokopedia hanya mencapai 8,43 juta. Selain itu, dalam hal frekuensi belanja bulanan, Shopee mencatat rata-rata transaksi sebanyak 5,44 kali per bulan, lebih tinggi dibandingkan Tokopedia dan Lazada yang masing-masing memiliki rata-rata 3,99 kali dan 3,61 kali per bulan (Tumanggor *et al.*, 2022).

Usability aplikasi toko online memiliki peran krusial dalam menentukan kesuksesan platform *e-commerce*. Aplikasi yang memiliki tingkat *usability* tinggi akan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan retensi pengguna. *Usability* adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pengguna pada aplikasi *e-commerce*, di mana pengguna cenderung lebih sering menggunakan aplikasi yang mudah digunakan, intuitif, dan cepat dalam menavigasi fitur-fitur penting. *Usability* aplikasi *e-commerce* memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Penelitian oleh Adieb *et al.* (2024) menunjukkan bahwa kualitas website Shopee, yang mencakup aspek *usability*, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Fathima Zahra *et al.* (2024) dari Universitas Riau dianalisis pengaruh kualitas website terhadap kepuasan pelanggan Shopee, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Riau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas website Shopee berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat pentingnya aspek *usability* dalam platform *e-commerce*, yang sejalan dengan fokus penelitian ini dalam menganalisis pengalaman pengguna Shopee.

Metode perhitungan *usability* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *System Usability Scale* (SUS) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Metode SUS terdiri dari 10 pertanyaan yang mengukur *usability* dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi menggunakan skala Likert 5 poin. Metode ini telah terbukti efektif dalam berbagai penelitian sebelumnya (Syahputra B & Fitriani W, 2022). Selain itu, UTAUT2 digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh konsumen. UTAUT2 lebih akurat 74% dalam mengukur *behavioral intention* dibandingkan dengan model UTAUT terdahulu (Venkatesh *et al.*, 2012).

Penelitian ini akan fokus pada mahasiswa Universitas Hasanuddin yang pernah menggunakan aplikasi Shopee. Mahasiswa dianggap lekat dengan teknologi serta memahami perkembangan teknologi, termasuk dalam perilaku usia 15-34 tahun mendominasi 80% pengguna *e-commerce* di kalangan mahasiswa sebagai target yang tepat untuk penelitian ini. Dengan mengkaji *usability* aplikasi Shopee, penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam mengembangkan kualitas aplikasi mereka guna memenuhi kebutuhan pengguna di pasar *e-commerce* Indonesia.



1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa Universitas Hasanuddin berdasarkan metode SUS dan UTAUT2?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee di lingkungan mahasiswa Universitas Hasanuddin?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan melibatkan mahasiswa Universitas Hasanuddin yang pernah menggunakan aplikasi Shopee berjumlah 190 responden.
2. Penelitian ini hanya akan mengukur *usability* aplikasi Shopee menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis persepsi pengguna terhadap *usability* aplikasi Shopee dengan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS).
2. Mengidentifikasi faktor-faktor atau variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Shopee melalui model UTAUT2.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan referensi ilmiah tentang penggunaan metode SUS dan UTAUT2 untuk analisis *usability* aplikasi *e-commerce*.
2. Menjadi bahan ajar dan referensi bagi program studi dalam topik analisis kegunaan aplikasi dan *usability*.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), analisis adalah usaha penyelidikan dari suatu peristiwa baik berupa karangan, perbuatan, dan sebagainya dengan etahui kejadian ataupun keadaan (sebab- akibat) yang s adalah tindakan berpikir untuk menggambarkan atau masalah dari suatu unit menjadi unit yang lebih kecil (Septiani et



pemahaman yang tepat. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis adalah upaya kegiatan penyelidikan atau tindakan untuk berpikir dengan menguraikan dan memecahkan masalah guna mengetahui hubungan antara bagian-bagian dari keseluruhan dari fenomena yang ada dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami sebab-akibat dari suatu masalah (Supriyati & Purnama, 2024).

Definisi lain analisis menurut Wahyuni *et al.* (2018) adalah sebuah upaya investigasi dengan tujuan untuk melihat, mengamati, mengetahui, menemukan, memahami, menyelidiki, mendalami, mengkategorikan, serta menginterpretasikan fenomena yang ada. Menurut Hidayat & Mukhlisin (2020), analisis adalah penguraian pokok bahasan yang sistematis dalam menentukan hubungan antara bagian-bagian dari keseluruhan untuk memperoleh pemahaman yang tepat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah upaya kegiatan penyelidikan atau tindakan untuk berpikir dengan menguraikan dan memecahkan masalah guna mengetahui hubungan antara bagian-bagian dari keseluruhan fenomena yang ada, dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami sebab-akibat dari suatu masalah

1.6.2 Usability

Usability berasal dari kata *usable* yang secara umum berarti dapat digunakan dengan baik. Sesuatu dapat dikatakan berguna dengan baik apabila kegagalan dalam penggunaannya dapat dihilangkan atau diminimalkan serta memberi manfaat dan keputusan kepada pengguna. *Usability* dapat didefinisikan sebagai tingkat di mana sebuah produk bisa digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektif, efisien, dan memperoleh kepuasan dalam konteks penggunaannya. *Usability* digunakan untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan produk sistem. Secara umum *usability* mengacu kepada bagaimana pengguna bisa mempelajari dan menggunakan produk untuk memperoleh tujuannya, dan seberapa puas mereka terhadap penggunaannya. *Usability* merupakan salah satu cara untuk mengukur tingkat efektif, efisien pengguna terhadap penggunaan sebuah aplikasi (Ramadhan, 2023).

Usability adalah sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. *Usability* mengacu kepada bagaimana pengguna bisa mempelajari dan menggunakan produk untuk memperoleh tujuannya dan seberapa puas mereka terhadap penggunaannya. *Usability* juga merupakan bagian dari *user*



iputi semua emosi pengguna, keyakinan, persepsi, preferensi, hasil yang terjadi sebelum, selama, dan setelah menggunakan sistem dapat bertahan dan terus digunakan, *usability* merupakan harus dipertimbangkan. Jika sistem memiliki tingkat *usability* sistem tersebut lebih berpeluang untuk diakses serta digunakan (Nadina *et al.*, 2019).

Secara umum, *usability* ini lebih mengacu pada sejauh mana pengguna dapat belajar sekaligus menggunakan suatu produk yang telah tersedia untuk mencapai tujuannya dan sejauh mana kepuasan user dalam menggunakan produk tersebut. Jacob Nielsen (2012) menjelaskan *usability* dapat dibagi menjadi lima komponen kualitas yaitu:

1. *Learnability* yaitu berkaitan dengan kemudahan pengguna dalam memahami segi kegunaan produk tersebut untuk pertama kali.
2. *Efficiency* yaitu berkaitan dengan pengukuran waktu, dimana memastikan seberapa cepatnya seorang pengguna dapat melakukan tugasnya.
3. *Memorability* yaitu berkaitan dengan ingatan, dimana memastikan sejauh manakah pengguna dapat mengingat langkah-langkah atau proses yang dilakukan untuk mencapai tujuannya.
4. *Error* yaitu berkaitan dengan seberapa banyak seorang pengguna melakukan *error*, akibat *error* tersebut, serta kemudahan bagi pengguna untuk mengatasi *error* tersebut.
5. *Satisfaction* yaitu berkaitan dengan apa yang dirasakan oleh seorang pengguna atau user saat menggunakan produk atau pendapat terhadap desain produk secara keseluruhan. Dalam hal ini dapat dikatakan jika inti utama *usability* yakni berfokus untuk menjawab pertanyaan, apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan pengguna atau tidak.

1.6.3 Aplikasi Mobile

Aplikasi mobile adalah perangkat lunak yang berjalan pada perangkat mobile seperti *smartphone* atau *tablet PC*. Aplikasi Mobile juga dikenal sebagai aplikasi yang dapat diunduh dan memiliki fungsi tertentu sehingga menambah fungsionalitas dari perangkat mobile itu sendiri. Aplikasi ini dapat memiliki berbagai fungsi, mulai dari produktivitas, hiburan, pendidikan, hingga komunikasi. Aplikasi mobile biasanya diunduh dan diinstal dari toko aplikasi (misalnya, App Store untuk perangkat iOS dan Google Play Store untuk perangkat Android) dan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna melalui antarmuka pengguna yang intuitif (Hermansyah *et al.*, 2024).

Pengertian aplikasi mobile secara umum, adalah sebuah program aplikasi yang dibuat untuk dijalankan di perangkat mobile seperti *smartphone* (yang berupa android atau iPhone) dan *tablet PC* yang dirancang untuk mempermudah aktivitas pengguna. Terdapat berbagai pertimbangan terkait jenis aplikasi mobile yang dikembangkan. Pertimbangan tersebut mempengaruhi proses perancangan dan pengimplementasian aplikasi tersebut. Terdapat 3 jenis kelompok aplikasi mobile,



1. *Application Mobile*, yaitu aplikasi yang dikembangkan khusus dan menggunakan bahasa pemrograman khusus untuk OS tertentu.
 2. *Mobile Web Applications*, yaitu jenis aplikasi yang berbasis melalui browser pengguna nya, sehingga tidak dibatasi oleh sistem operasi.
 3. *Hybrid Mobile Application*, yaitu penggabungan dari aplikasi native dan web (Susi, 2021).

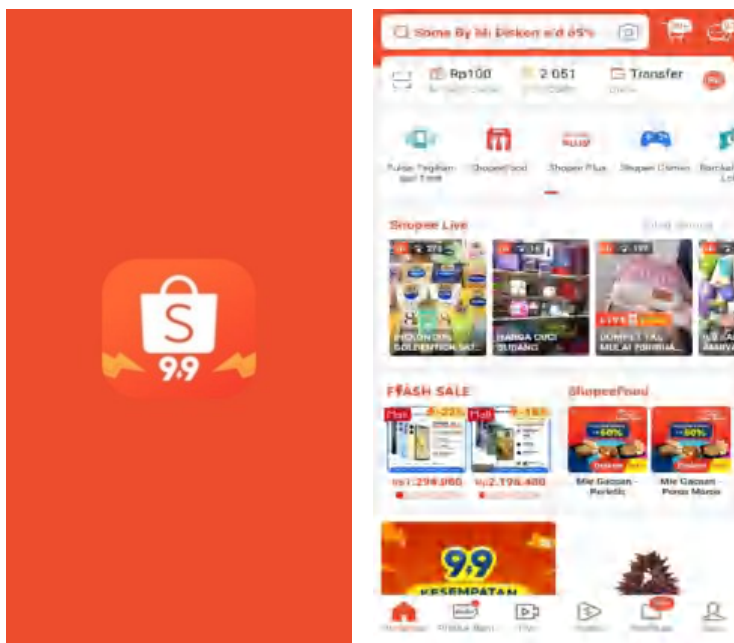
Sedangkan menurut *Roihan et al.* (2019), aplikasi mobile adalah aplikasi yang dapat digunakan tanpa gangguan atau pemutusan, meskipun pengguna berpindah dari satu tempat ke tempat lain, dan dapat diakses melalui perangkat nirkabel seperti telepon seluler atau *smartphone*. Dengan menggunakan aplikasi mobile, pengguna dapat mengerjakan berbagai aktivitas dengan mudah, seperti hiburan, penjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, browsing, dan lain sebagainya.

1.6.4 Shopee

Aplikasi Shopee adalah salah satu situs *e-commerce* dan platform *marketplace* terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara yang didirikan pada tahun 2015 oleh Sea Group di Singapura. Aplikasi ini menawarkan berbagai jenis produk mulai dari fashion hingga berbagai kebutuhan sehari-hari lainnya. Pengaksesan aplikasi ini memiliki kemudahan karena dapat diakses melalui mobile ataupun web. Shopee telah berhasil mendapatkan popularitas yang signifikan di Asia Tenggara terkhususnya di Indonesia berkat kemudahan penggunaannya, berbagai produk yang ditawarkan, dan berbagai fitur menarik yang disediakan. Proses pengembangan *software* pada penelitian ini yaitu analisis terhadap usability, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengguna dapat dengan mudah menjelajahi dan mencari produk-produk yang mereka inginkan, melihat deskripsi dan ulasan produk, serta membandingkan harga sebelum membuat keputusan pembelian. Melalui aplikasi mobile Shopee, pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi, memilih metode pembayaran yang nyaman, serta melacak status pengiriman barang. Aplikasi ini juga memberikan fitur-fitur seperti fitur chat untuk berkomunikasi dengan penjual, program diskon dan promo, serta sistem penilaian dan ulasan yang membantu pengguna dalam membuat keputusan pembelian yang lebih informasi (Huda *et al.*, 2023).

Shopee adalah sebuah aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun cukup menggunakan *smartphone* anda, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee ikut meramaikan pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi sejak Juni 2015. Shopee merupakan sebuah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Meningkatnya penetrasi pengguna *gadget* membuat PT. Shopee Internasional Indonesia melihat peluang baru di dunia *e-commerce*. Kini Shopee telah menyebar di berbagai negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina dan Indonesia. CEO Shopee, Chris Feng mengatakan sejak Shopee *launching* pada Juni ini mudah dikuasai yang gemar di ranah media sosial





Gambar 1. Logo dan Halaman Utama Aplikasi Shopee

Gambar 1 di atas menunjukkan tampilan aplikasi Shopee pada *smartphone*. Gambar pertama menampilkan logo Shopee yang muncul setiap kali aplikasi dibuka. Kemudian, gambar kedua adalah halaman utama aplikasi Shopee. Di bagian atas, terdapat menu untuk mencari produk dan melihat promosi terbaru dan beberapa fitur lainnya. Di bagian bawah, terdapat pilihan kategori layanan aplikasi, seperti *Shopee Food*, *Flash Sale*, *ShopeeGames*, dan layanan lainnya.

1.6.5 System Usability Scale (SUS)

System Usability Scale (SUS) adalah salah satu metode uji pengguna yang menyediakan alat ukur yang “*quick and dirty*” yang dapat diandalkan. Metode uji pengguna ini diperkenalkan oleh Jhon Brooke pada tahun 1986 yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi berbagai jenis layanan, termasuk didalamnya *hardware*, *software*, perangkat mobile, website, dan aplikasi (Soejono *et al.*, 2018).

System usability scale (SUS) pengujian antarmuka yang dilakukan langsung oleh pengguna akhir (*end user*). Penggunaan SUS sendiri karena dalam melakukan pengujian lebih menekankan perspektif pengguna akhir sehingga hasil evaluasi akan lebih sesuai dengan keadaan nyata. Pengujian SUS memiliki 10 pernyataan sebagai juga tidak memerlukan jumlah sampel yang banyak sehingga biaya pengujian (Ramadhan, 2023).



Jalan SUS hingga sampai saat ini masih banyak digunakan, antara lain:

- SUS dapat digunakan dengan mudah, karena hasilnya berupa skor/nilai 0-100.
- SUS tidak membutuhkan perhitungan yang rumit.
- SUS tersedia secara gratis, tidak membutuhkan biaya tambahan.
- SUS terbukti valid dan reliable, walau dengan ukuran sampel yang kecil.

1.6.6 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*

Model UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Tersusun atas teori-teori dasar mengenai penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi, UTAUT menyatukan karakteristik terbaik yang berasal dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya sehingga model tersebut telah dikembangkan sedemikian rupa oleh Venkatesh *et al.* (2003) dengan review dan konsolidasi model-model sebelumnya yang telah ada.

Berikut kedelapan teori terkemuka yang disatukan di dalam UTAUT:

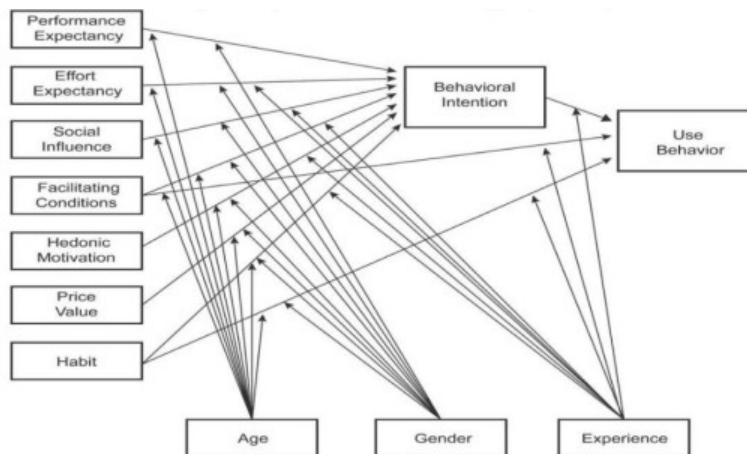
1. *Theory of Reasoned Action (TRA)*.
2. *Technology Acceptance Model (TAM)*.
3. *Motivational Model (MM)*.
4. *Theory of Planned Behavior (TPB)*.
5. *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*.
6. *Model of PC Utilization (MPCU)*.
7. *Innovation Diffusion Theory (IDT)*.
8. *Social Cognitive Theory (SCT)*.

UTAUT disusun atas empat faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan sistem informasi, yaitu: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi (Venkatesh *et al.*, 2003). UTAUT terbukti hingga 70% lebih berhasil dalam menjelaskan varian niat menggunakan teknologi dibandingkan kedelapan teori yang lain (Venkatesh *et al.*, 2003).

Model UTAUT2 diperkenalkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) merupakan pengembangan dari model UTAUT. Kalau model UTAUT dipakai untuk mengukur perilaku konsumen dalam konteks organisasi atau perusahaan maka model UTAUT2 dikembangkan untuk mengukur perilaku konsumen dalam konteks individu. Ada tiga tipe perluasan atau integrasi UTAUT, yaitu menguji UTAUT pada *new context* (misalnya teknologi baru, populasi pengguna baru, dan kultur yang baru), menambahkan *new construct* untuk memperluas lingkup mekanisme teoritis endogen



menyertakan variabel eksogen ke mekanisme teoritis endogen di sertakan variabel eksogen ke dalam model UTAUT (Charisma, *al.* (2012) menambahkan tiga variabel baru ke dalam model *c Motivation, Price Value, dan Habit* serta menambahkan tiga yaitu *Age, Gender, dan Experience*. Berikut Gambar 2 yang n antar variabel yang ada dalam UTAUT2.



Gambar 2. Kerangka UTAUT2

Dalam model ini, terdapat tujuh konstruk utama yang memengaruhi *behavioral intention* (niat perilaku), yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. *Performance expectancy* mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka, sedangkan *effort expectancy* berkaitan dengan kemudahan penggunaan teknologi tersebut. *Social influence* menunjukkan sejauh mana individu merasa terdorong untuk menggunakan teknologi karena pengaruh sosial, dan *facilitating conditions* berkaitan dengan dukungan dan sumber daya yang tersedia untuk menggunakan teknologi. Selain itu, *hedonic motivation* menjelaskan kesenangan atau kenikmatan dalam menggunakan teknologi, *price value* mencerminkan persepsi bahwa manfaat teknologi sepadan dengan biayanya, dan *habit* mengacu pada tingkat otomatisasi dalam menggunakan teknologi karena telah terbiasa. Konstruk-konstruk ini memengaruhi *behavioral intention*, yang pada gilirannya memengaruhi *use behavior* atau perilaku aktual dalam menggunakan teknologi. Dalam model ini juga terdapat tiga variabel moderasi, yaitu usia (*age*), jenis kelamin (*gender*), dan pengalaman (*experience*), yang memoderasi hubungan antara konstruk-konstruk utama dengan *behavioral intention* dan *use behavior*. Artinya, pengaruh masing-masing konstruk dapat berbeda tergantung pada karakteristik pengguna tersebut.



BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu Universitas Hasanuddin. Universitas Hasanuddin dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki populasi mahasiswa yang beragam dan representatif, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai *usability* aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa. Selain itu, aksesibilitas yang baik dan dukungan institusi mempermudah pelaksanaan penelitian ini. Waktu penelitian yaitu pada bulan September hingga Oktober 2024 dan berlanjut pada Januari hingga Februari 2025. seperti pada Tabel 1.

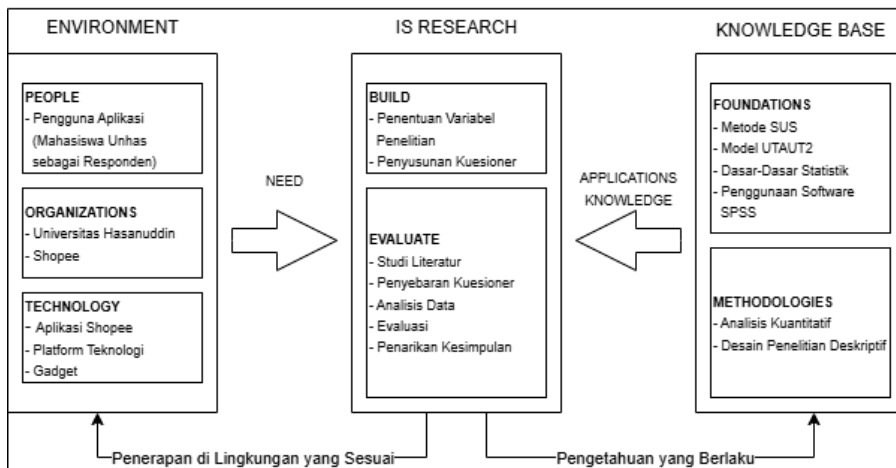
Tabel 1. Waktu Penelitian

No	Tahapan Penelitian	2024								2025							
		September				Oktober				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Studi Literatur																
2	Desain Kuesioner																
3	Penyebaran Kuesioner																
4	Pengumpulan Data																
5	Analisis Data																
6	Penarikan Kesimpulan																

2.2 Design Theory

Berikut adalah gambar kerangka *Information Systems Research Framework* yang diterapkan dalam penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah *Design Science Research*, yang umum diterapkan dalam kerangka penelitian Sistem Informasi menurut Hevner *et al.* (2004). Gambar 3 di bawah ini menggambarkan kerangka penelitian sistem informasi yang diterapkan dalam penelitian ini.





Gambar 3. Kerangka Design Theory Penelitian

Dalam kerangka penelitian sistem informasi, terdapat tiga domain utama sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup (*Environment*):

- *People* (Pemangku Kepentingan) yaitu responden, yang merupakan elemen utama dalam penelitian ini, terdiri dari 190 mahasiswa Universitas Hasanuddin yang telah menggunakan aplikasi Shopee dalam kehidupan sehari-hari. Mereka dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan aplikasi tersebut, yang merupakan aspek penting dalam mengevaluasi faktor *usability* dan *user experience* (pengalaman pengguna). Responden yang dipilih adalah pengguna aktif Shopee, yang berarti mereka secara rutin menggunakan aplikasi ini untuk berbagai transaksi seperti pembelian produk, pembayaran tagihan, atau layanan lainnya yang ditawarkan oleh platform.
- *Organization* (Organisasi) terdiri atas Universitas Hasanuddin sebagai institusi tempat responden berasal dan Shopee sebagai perusahaan penyedia aplikasi e-commerce yang menjadi objek penelitian.
- *Technology* (Teknologi) yaitu mencakup aplikasi Shopee sebagai platform digital utama, perangkat lunak pendukung, serta gadget atau perangkat keras (seperti smartphone) yang digunakan oleh pengguna untuk mengakses aplikasi. Elemen ini merupakan bagian vital dalam mengukur keberhasilan penerimaan dan pengalaman teknologi.

2. Pengetahuan Dasar (*Knowledge Base*):



Landasan). Penelitian ini berlandaskan pada beberapa teori dan relevan, di antaranya adalah metode *System Usability Scale* digunakan untuk mengukur tingkat *usability* aplikasi Shopee menggunakan pertanyaan berbasis skala Likert. Selain itu, Model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) juga digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna

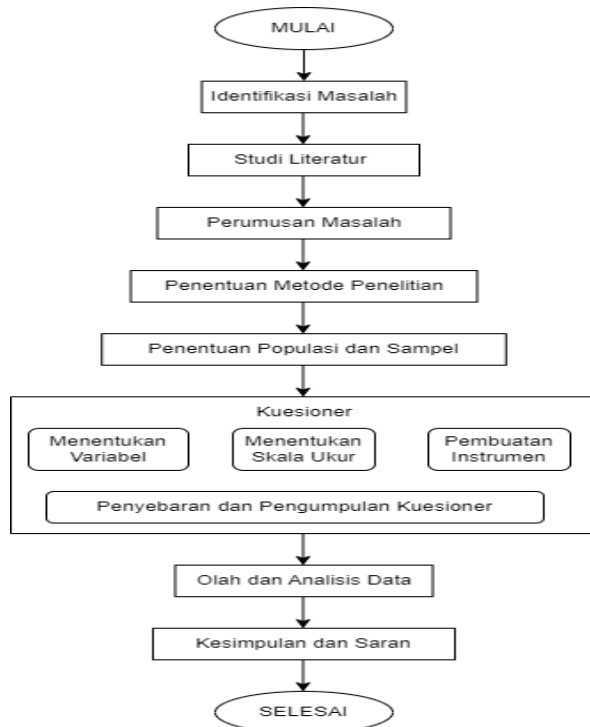
dalam menerima dan menggunakan teknologi. Untuk mendukung analisis data, dasar-dasar statistik digunakan sebagai pendekatan dalam mengolah tanggapan dari kuesioner yang diberikan. Penggunaan software SPSS juga sangat penting dalam memproses dan menganalisis data secara sistematis, valid, dan objektif.

- *Methodologies* (Metodologi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Analisis dilakukan terhadap data numerik dari tanggapan responden. Kombinasi metode SUS dan UTAUT2 memungkinkan peneliti untuk menilai baik aspek *usability* maupun penerimaan teknologi secara menyeluruh.
- 3. Penelitian Sistem Informasi (*IS Research*):
 - *Build* (Pembangunan). Pada tahap pembangunan penelitian, peneliti terlebih dahulu menentukan variabel penelitian yang akan dianalisis berdasarkan teori UTAUT2 dan SUS. Variabel-variabel ini mencakup faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *usability* dan penerimaan teknologi. Selanjutnya, peneliti menyusun kuesioner yang dirancang secara khusus untuk mengukur persepsi dan pengalaman pengguna terhadap aplikasi Shopee. Kuesioner ini disusun dengan merujuk pada indikator-indikator yang ada pada model-model tersebut untuk memastikan instrumen penelitian dapat memberikan data yang valid dan relevan.
 - *Evaluate* (Evaluasi). Evaluasi dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap yang saling berkaitan. Pertama, studi literatur dilakukan untuk mengkaji penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan aplikasi *e-commerce* dan pengalaman pengguna, guna memperoleh dasar pengetahuan yang relevan. Selanjutnya, penyebaran kuesioner dilakukan secara daring menggunakan platform Google Form kepada 190 mahasiswa sebagai responden, yang diharapkan dapat memberikan data yang representatif. Setelah itu, analisis data dilakukan menggunakan software SPSS dan analisis statistik deskriptif yang akan memberikan gambaran mengenai tingkat *usability* dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi aplikasi Shopee. Pada tahap akhir, evaluasi *usability* Shopee dilakukan untuk menilai kelebihan dan kekurangan aplikasi berdasarkan persepsi pengguna, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk penarikan kesimpulan.

2.3 Diagram Alur Penelitian

Gambar 4 berikut ini adalah diagram alur dalam penelitian ini.





Gambar 4. Diagram Alur Penelitian

2.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu. Menurut Nanang Martono (2015), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi adalah sekelompok objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti. Sedangkan sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang dipilih dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Hasanuddin tahun 2024 yang secara aktif menggunakan aplikasi Shopee. Dalam menentukan jumlah sampel responden, digunakan pendekatan berdasarkan teori Hair *et al.*



takan bahwa ukuran sampel minimal adalah 10 kali jumlah pertanyaan yang digunakan dalam model penelitian. Dengan total dalam penelitian ini, maka jumlah responden yang dipilih adalah 10 kali jumlah pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi dari 16 fakultas di kampus tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan *proportional sampling* untuk menentukan jumlah sampel dari setiap fakultas. *Proportional sampling* mengacu pada metode pengambilan sampel dari beberapa subpopulasi dengan jumlah yang tidak sama, di

mana unit sampling dari setiap subpopulasi sebanding dengan jumlah unit dalam populasi tersebut. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah 190 responden, yang diperoleh dari 16 fakultas dan dihitung menggunakan rumus

$$n_i = \frac{N_i}{N \times n} \quad (1)$$

Keterangan:

n_i = Jumlah sampel yang diambil dari subpopulasi ke-i

N_i = Jumlah populasi di subpopulasi ke-i

N = Jumlah total populasi

n = Jumlah total sampel yang dibutuhkan

Tabel 2. Distribusi Sampel

No	Nama Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Responden
1	Vokasi	848	$\frac{848}{38.052 \times 190} = 4,2 = 4$
2	Ekonomi dan Bisnis	2.916	$\frac{2.916}{38.052 \times 190} = 14,5 = 15$
3	Hukum	2.717	$\frac{2.717}{38.052 \times 190} = 13,5 = 14$
4	Kedokteran	2.335	$\frac{2.335}{38.052 \times 190} = 11,6 = 12$
5	Teknik	6.653	$\frac{6.653}{38.052 \times 190} = 33,2 = 33$
6	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	3.198	$\frac{3.198}{38.052 \times 190} = 15,9 = 16$
7	Ilmu Budaya	3.028	$\frac{3.028}{38.052 \times 190} = 15,1 = 15$
8	Pertanian	3.667	$\frac{3.667}{38.052 \times 190} = 18,3 = 18$
9	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	3.021	$\frac{3.021}{38.052 \times 190} = 15,0 = 15$
10	Peternakan	1.548	$\frac{1.548}{38.052 \times 190} = 7,7 = 8$
11	Kedokteran Gigi	881	$\frac{881}{38.052 \times 190} = 4,3 = 4$
12	Kesehatan Masyarakat	1.684	$\frac{1.684}{38.052 \times 190} = 8,4 = 8$
13	Ilmu Kelautan dan Perikanan	2.322	$\frac{2.322}{38.052 \times 190} = 11,5 = 12$
		1.673	$\frac{1.673}{38.052 \times 190} = 8,3 = 8$
		670	$\frac{670}{38.052 \times 190} = 3,3 = 3$
		891	$\frac{891}{38.052 \times 190} = 4,5 = 5$
	Jumlah	38.052	190



Tabel 2 menunjukkan distribusi sampel responden yang telah dinormalisasi oleh penulis. Jumlah sampel dari setiap fakultas dianggap cukup representatif untuk mewakili mahasiswa pengguna aplikasi Shopee, meskipun jumlah total pengguna tidak diketahui secara pasti. Data yang dikumpulkan dari 190 responden tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

2.5 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini melibatkan beberapa tahap pengumpulan data, yaitu:

1. Studi Literatur

Studi literatur adalah proses penelaahan berbagai sumber tertulis yang relevan dengan masalah atau topik penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2017), studi literatur mencakup analisis terhadap artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang berhubungan dengan topik yang diteliti. Tujuan dari studi literatur adalah untuk memberikan gambaran umum dan konteks bagi penelitian saat ini, serta menunjukkan bagaimana penelitian tersebut berhubungan dengan studi-studi sebelumnya. Peneliti mencari dan mengumpulkan data dari artikel, jurnal, buku, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan aplikasi Shopee serta metode yang akan digunakan, yaitu metode SUS dan UTAUT2.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan yang melibatkan panca indera manusia, terutama mata, untuk mengumpulkan data atau informasi. Selain itu, panca indera lainnya, seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit, juga dapat digunakan (Bungin, 2017). Keberhasilan observasi bergantung pada kemampuan pengamat dalam melihat, mendengar, mencium, atau merasakan objek penelitian dan menyimpulkan informasi berdasarkan pengamatan tersebut. Ketepatan hasil penelitian ditentukan oleh pengamat karena mereka memberikan makna terhadap apa yang diamati dalam realitas kehidupan yang dialaminya secara langsung. Peneliti mengamati secara langsung saat pengguna mengakses aplikasi Shopee, serta saat peneliti sendiri menggunakan aplikasi tersebut.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan data yang paling penting dalam penelitian ini karena melalui kuesioner tersebut peneliti dapat mengukur kepuasan pengguna terhadap kualitas aplikasi Shopee. Proses ini dilakukan dengan menebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang disusun variabel dan indikator berdasarkan metode SUS dan UTAUT2. Kuesioner ditujukan kepada mahasiswa Universitas Hasanuddin yang menggunakan aplikasi Shopee. Kuesioner dibuat menggunakan Google Docs, dan disebarluaskan secara daring melalui media sosial dan aplikasi pesan seperti WhatsApp.



2.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang akan digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dari responden. Berikut instrumen dalam penelitian ini:

2.6.1 Variabel

Variabel penelitian adalah komponen yang diukur dalam sebuah penelitian untuk memahami hubungan antar elemen yang diamati. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari variabel dependen dan independen yang diambil dari model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) serta penilaian *usability* menggunakan *System Usability Scale* (SUS).

Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. *Behavioral Intention* (Niat Perilaku)
Niat perilaku pengguna untuk menggunakan aplikasi Shopee dalam aktivitas belanja online. Variabel ini mengukur seberapa besar keinginan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa depan.
2. *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan)
Perilaku penggunaan aktual aplikasi Shopee. Variabel ini mengukur frekuensi dan intensitas penggunaan aplikasi oleh pengguna.
3. *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja)
Harapan kinerja adalah keyakinan bahwa menggunakan aplikasi Shopee akan meningkatkan produktivitas dan hasil yang diharapkan oleh pengguna dalam berbelanja online. Semakin tinggi harapan kinerja, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.
4. *Effort Expectancy* (Harapan Usaha)
Harapan usaha mengacu pada kemudahan penggunaan aplikasi Shopee. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang signifikan, maka kemungkinan besar mereka akan berniat menggunakan aplikasi tersebut.
5. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)
Pengaruh sosial adalah sejauh mana pengguna merasa bahwa orang-orang penting di sekitar mereka (seperti keluarga, teman, atau rekan) memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi Shopee. Pengaruh sosial yang tinggi akan mendorong penggunaan aplikasi.
6. *Facilitating Conditions* (Kondisi Pendukung)
Kondisi pendukung adalah sejauh mana pengguna merasa memiliki sumber daya dan dukungan teknis yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi. Kondisi pendukung yang baik akan memengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi secara lebih intensif.



8. *Price Value* (Nilai Harga)

Nilai harga adalah persepsi pengguna tentang keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan (harga produk dan biaya pengiriman) dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan aplikasi. Semakin tinggi nilai harga yang dirasakan, semakin besar niat pengguna untuk menggunakan aplikasi.

9. *Habit* (Kebiasaan)

Kebiasaan adalah kecenderungan pengguna untuk menggunakan aplikasi secara otomatis tanpa harus berpikir panjang. Kebiasaan yang kuat akan mempengaruhi perilaku penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

Selain variabel-variabel dari UTAUT2, penelitian ini juga menggunakan *System Usability Scale* (SUS) untuk menilai aspek *usability* dari aplikasi Shopee. Meskipun SUS tidak dianggap sebagai variabel tersendiri, hasil dari penilaian *usability* ini akan berfungsi sebagai penunjang dalam menganalisis pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2.6.2 Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner yang digunakan terdiri dari dua bagian utama: kuesioner yang mengukur *usability* aplikasi Shopee menggunakan *System Usability Scale* (SUS) dan kuesioner yang mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

1. Kuesioner SUS (*System Usability Scale*)

Kuesioner SUS dirancang untuk mengukur persepsi pengguna terhadap *usability* aplikasi Shopee. Kuesioner ini terdiri dari 10 pernyataan yang mencakup berbagai aspek penggunaan aplikasi, seperti kemudahan navigasi, kepuasan pengguna, dan kejelasan antarmuka. Tabel 3 berikut ini adalah 10 pernyataan kuesioner SUS:

Tabel 3. Pernyataan Kuesioner SUS

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Q1	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi.					
Q2	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan.					
Q3	Saya merasa sistem ini mudah digunakan.					
	membutuhkan bantuan dari lain atau teknisi dalam gunakan sistem ini.					
	merasa fitur-fitur sistem ini n dengan semestinya.					



Q6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada sistem ini).					
Q7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat.					
Q8	Saya merasa sistem ini membingungkan.					
Q9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini.					
Q10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini.					

Sumber: (Sembodo, Fitriana, & Prasetyo, 2021)

2. Kuesioner *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) Kuesioner UTAUT2 digunakan untuk mengukur berbagai faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi Shopee. Kuesioner ini mencakup 9 variabel utama dari model UTAUT2, yang masing-masing diukur menggunakan sebuah pernyataan. Berikut ini Tabel 4 yang memuat variabel dan pernyataan kuesioner UTAUT2:

Tabel 4. Variabel dan Pernyataan Kuesioner UTAUT2

No	Variabel	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Q11	<i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja)	Penggunaan aplikasi Shopee memungkinkan saya mendapatkan informasi barang lebih cepat.					
Q12	<i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha)	Saya merasa penggunaan aplikasi Shopee itu mudah.					
Q13	<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	Rekan saya menyarankan agar saya menggunakan aplikasi Shopee.					
	<i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja)	Saya merasa desain aplikasi Shopee konsisten dan dapat digunakan di semua					



		perangkat yang saya gunakan.					
Q15	<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	Saya merasa senang dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Shopee.					
Q16	<i>Price Value</i> (Nilai Harga)	Saya dapat menghemat uang dengan membandingkan harga dari berbagai produk yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee.					
Q17	<i>Habit</i> (Kebiasaan)	Saya sudah terbiasa menggunakan aplikasi Shopee.					
Q18	<i>Behavior Intention</i> (Niat Perilaku)	Saya lebih suka menggunakan aplikasi Shopee daripada aplikasi e-commerce lainnya.					
Q19	<i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan)	Saya sering menggunakan layanan aplikasi Shopee.					

Sumber: (Prasetyo & Nursandi, 2022)

2.6.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini adalah **skala Likert**. Skala Likert digunakan untuk mengukur variabel yang dijabarkan menjadi indikator-indikator, yang kemudian disusun menjadi pertanyaan dalam instrumen penelitian. Jawaban pada setiap instrumen dengan skala Likert mencakup rentang dari sangat positif hingga sangat negatif. Dalam penelitian ini digunakan skala likert sebagai berikut:



f/sangat setuju/selalu, diberi nilai 5

'sering, diberi nilai 4

Setuju, diberi nilai 3

setuju/hampir tidak pernah, diberi nilai 2.

.if/sangat tidak setuju/tidak pernah, diberi nilai 1.

Menurut Hair *et al.* (2010), alasan penggunaan skala Likert 5 poin adalah sebab skala Likert 7 atau 13 poin menyulitkan responden dalam memilih setiap item pada skala pembeda dan responden merasa informasi tersebut sulit untuk diproses. Dalam penelitian ini responden diminta untuk memberikan penilaian STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju) atas 10 item pernyataan SUS sesuai dengan penilaian subyektifnya. Responden dapat mengisi titik tengah jika merasa tidak menemukan skala yang tepat untuk dipilih. Skala Likert dipilih karena mudah diterapkan, mudah dipahami, umum digunakan, serta memberikan beragam pilihan jawaban kepada responden. Tabel 5 berikut ini menunjukkan skala jawaban untuk kuesioner SUS dan UTAUT2.

Tabel 5. Skala Jawaban untuk Kuesioner SUS dan UTAUT2

Kode	Indikator	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

2.7 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner

Tautan Google Form disebarakan secara acak ke berbagai fakultas di Universitas Hasanuddin, memungkinkan responden untuk mengisi kuesioner secara online. Metode ini dinilai lebih efisien dan mampu menjangkau peserta yang lebih beragam. Google Form menjadi pilihan umum di kalangan mahasiswa untuk pengumpulan data karena mudah digunakan. Beberapa keunggulan Google Form antara lain kemudahan dalam penyebaran serta hasil kuesioner yang otomatis masuk ke Google Sheets. Dengan demikian, proses pengunduhan dan pengolahan data menjadi lebih praktis. Selain itu, pembuat kuesioner juga dapat dengan mudah mengunduh data dari responden untuk diolah lebih lanjut.

Data kuesioner akan dikumpulkan setelah mencapai target jumlah responden dari 16 fakultas di Universitas Hasanuddin. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) untuk mengukur kepuasan pengguna aplikasi Shopee. Setelahnya, data akan diproses menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah perangkat lunak statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam berbagai bidang, terutama ilmu-ilmu sosial. Perangkat lunak ini menyediakan berbagai fitur untuk mengelola, menganalisis, dan memvisualisasikan data statistik.



Analisis Data

diperlukan telah dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah analisis data untuk mendapatkan hasil serta kesimpulan dari data yang diperoleh dari responden. Terdapat beberapa tahapan dalam proses pengolahan dan analisis data pada penelitian ini, berikut:

2.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk mengetahui keabsahan data, guna memastikan apakah data tersebut layak digunakan atau tidak. Uji validitas dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Pengujian statistik keabsahan (validitas) ini mengacu pada kriteria berikut:

- $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument dinyatakan tidak valid.
- $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument dinyatakan valid.

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dianalisis untuk mengetahui korelasinya dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Korelasi Pearson merupakan metode statistik yang digunakan untuk menghitung hubungan antara dua variabel kontinu. Hasil dari korelasi ini berupa nilai yang berada dalam kisaran -1 hingga 1. Untuk menentukan nilai r_{tabel} , perhitungan dilakukan dengan menggunakan derajat kebebasan, kemudian hasil tersebut dibandingkan dengan tabel distribusi r pada tingkat signifikansi tertentu (Utami *et al.*, 2023). Untuk menghitung derajat kebebasan yang dibutuhkan dalam menentukan nilai r_{tabel} pada tabel distribusi dengan tingkat signifikansi 5%, digunakan rumus:

$$df = N - 2 \quad (2)$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan

N = Jumlah sampel/responden

Setelah mengetahui nilai r_{tabel} , data penelitian dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan *software* SPSS untuk menguji validitas setiap indikator dalam penelitian ini, serta untuk memverifikasi temuan yang dihasilkan. Analisis ini membantu dalam memastikan keabsahan data dan memperkuat kesimpulan dari penelitian.

2.8.2 Uji Reliabilitas

Setelah semua pernyataan dan tugas dinyatakan valid, langkah berikutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi instrumen pengukuran. Uji ini bertujuan untuk menilai seberapa andal alat tersebut dan memastikan hasil yang konsisten, baik dalam pengukuran berulang maupun tidak berulang. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan ukuran Cronbach's alpha dan perangkat lunak SPSS (Alfiatunnisa *et al.*, 2022).



ditetapkan untuk menentukan apakah nilai Cronbach's Alpha dapat dinyatakan reliabel. Berikut tabel penentuan batasan pada

Tabel 6. Penentuan Batasan pada Uji Reliabilitas

Kriteria	Koefisien Reliabilitas
Sangat tinggi	0,800 – 1,000
Tinggi	0,600 – 0,799
Sedang	0,400 – 0,599
Rendah	0,200 – 0,399
Sangat rendah	0,000 – 0,199

Sumber: (Sari & Ermawati, 2021)

Dalam penelitian ini, batas nilai Cronbach's Alpha ditetapkan pada 0,7. Pemilihan batas ini merujuk pada Hair *et al.* (2019), yang menyatakan bahwa suatu variabel dikategorikan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh $\geq 0,7$ sebagai batas minimum.

2.8.3 System Usability Scale (SUS)

System Usability Scale (SUS) merupakan salah satu metode evaluasi yang paling sering digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap kualitas penggunaan suatu sistem interaktif. Kuesioner SUS menggunakan 5 poin dari Skala Likert. Responden diminta untuk memberikan penilaian STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju) atas 10 item pernyataan SUS sesuai dengan penilaian subyektifnya. Responden dapat mengisi titik tengah jika merasa tidak menemukan skala yang tepat untuk dipilih. Setelah melakukan pengumpulan data dari responden, kemudian data tersebut dihitung. Dalam SUS ada beberapa aturan dalam perhitungan skor (Ramadhan, 2023). Berikut ini aturan-aturan saat perhitungan skor pada kuesionernya:

- Setiap pernyataan bernomor ganjil, skor setiap pernyataan yang didapat dari skor pengguna akan dikurangi 1.
- Setiap pernyataan bernomor genap, skor akhir yang didapat dari nilai 5 dikurangi skor dari pernyataan yang didapat dari pengguna.
- Skor SUS didapat dari hasil penjumlahan skor setiap pernyataan yang kemudian dikali 2,5.

Penilaian SUS diatas untuk memperjelas proses perhitungannya, dapat dilihat pada persamaan dibawah ini:

- Persamaan Skor Responden

$$\text{Skor R} = ((P1 - 1) + (5 - P2) + (P3 - 1) + (5 - P4) + (P5 - 1) + (5 - P6) + (5 - P8) + (P9 - 1) + (5 - P10)) * 2,5 \quad (3)$$



kor yang diperoleh dari tiap responden

ilai Likers tiap Pernyataan dari responden

- Persamaan Skor rerata SUS

$$\bar{X} = \frac{Y}{N} \quad (4)$$

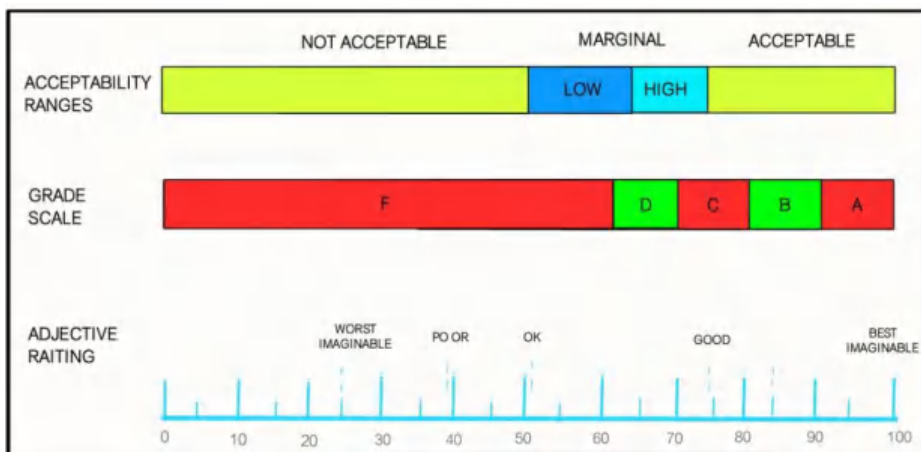
Keterangan:

$\bar{X}$ = Skor rata-rata

Y = Jumlah total skor SUS semua responden

N = Jumlah sampel/responden

Tiga sudut pandang *System Usability Scale* (SUS) dalam menentukan hasil perhitungan penilaian (Manik, Veni 2020): *acceptability*, *grade scale*, dan *adjective rating*.



Gambar 5. SUS Score

- *Acceptability* terdiri dari 3 tingkatan yaitu *not acceptable*, *marginal* (rendah dan tinggi), dan *acceptable*. *Acceptability* digunakan untuk melihat tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi.
- *Grade scale* terdiri A, B, C, D dan F yang berguna untuk menentukan tingkatan (*grade*) aplikasi.
- *Adjective rating* adalah tingkatan *worst imaginable*, *poor*, *ok*, *good* dan *best imaginable*. *Adjective rating* digunakan untuk menentukan rating dari aplikasi.



of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

2013) menyempurnakan konsep model akseptasi teknologi yang dikenal sebagai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model ini merupakan pengembangan dari delapan teori akseptasi teknologi yang sebelumnya ada. Model ini memiliki empat konstruk utama yang berkaitan dengan niat penggunaan teknologi, yaitu ekspektasi kinerja atau *performance expectancy* (PE), ekspektasi usaha atau *effort expectancy* (EE), pengaruh sosial

atau *social influence* (SI), dan kondisi yang memfasilitasi atau *facilitating conditions* (FC). Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology in Consumer Context* (UTAUT2) merupakan hasil dari pergeseran fokus UTAUT, yang awalnya berbasis pada konteks bisnis, ke konteks konsumen. Venkatesh *et al.* (2012) mengembangkan UTAUT2 dengan menambahkan tiga konstruk utama: motivasi hedonis atau *hedonic motivation* (HM), nilai harga atau *price value* (PV), dan kebiasaan atau *habit* (H). Dengan penambahan tiga konstruk ini, pengembangan teori tersebut diharapkan dapat memperkuat penelitian terkait dengan melengkapi empat konstruk utama pada model UTAUT sebelumnya (Kusumaningrum & Meiranto, 2023).

Dalam penelitian ini dari hasil pengumpulan data, dapat dilihat bahwa variabel dengan skor tinggi merupakan variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengguna dalam menggunakan aplikasi Shopee, sedangkan variabel dengan skor rendah menunjukkan faktor-faktor yang perlu ditingkatkan dari aplikasi *e-commerce* Shopee.

