

# Analisis *Usability* Pada Aplikasi *M-Commerce* Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of Use) *Questionnaire*

## *Usability Analysis of the Tokopedia M-Commerce Application Towards User Satisfaction Using the USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of Use) Questionnaire*

Oktoverano Lengkong<sup>1</sup>, Melissa Dawn Tumewu<sup>2</sup>, Novena Thelma Tesselonika Lumintang<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Klabat, Airmadidi  
e-mail: [oktoverano@unklab.ac.id](mailto:oktoverano@unklab.ac.id), [S21710086@student.unklab.ac.id](mailto:S21710086@student.unklab.ac.id),  
[S21710467@student.unklab.ac.id](mailto:S21710467@student.unklab.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini didasari pada kepuasan pengguna terhadap penggunaan *mobile commerce* sebagai alat untuk mempermudah transaksi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel *usability* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengguna dengan menerapkan *USE Questionnaire* yang memuat variabel *usefulness* (kegunaan), *ease of use* (kemudahan penggunaan), *ease of learning* (kemudahan mempelajari) sebagai variabel bebas dan *satisfaction* (kepuasan) sebagai variabel terikat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif korelatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan data melibatkan 85 responden mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Klabat yang merupakan pengguna aktif Tokopedia. Hasil analisa linear regresi berganda menunjukkan semua variabel bebas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dengan pengaruh sebesar 46% dan sisanya 54% merupakan variabel diluar penelitian. Pada pengujian hipotesis dibuktikan bahwa variabel *usefulness*, *ease of use* dan *ease of learning* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna secara simultan dan secara parsial variabel *usefulness* dan *ease of use* berpengaruh signifikan, sedangkan variabel *ease of learning* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

**Kata kunci:** *Usability*, kepuasan pengguna, *USE Questionnaire*, *mobile commerce*

### **Abstract**

This research is based on user satisfaction towards the use of *mobile commerce* as a tool to simplify business transactions. The purpose of this research is to measure the effect of the *usability* variable partially and simultaneously towards user satisfaction by applying the *USE Questionnaire* that contains *usefulness*, *ease of use*, *ease of learning* as an independent variable and *satisfaction* as a dependent variable. The methodology used in this research is a descriptive correlative method with a quantitative approach. The data collection involved 85 student respondents from the Faculty of Computer Science Universitas Klabat that are active Tokopedia users. The results of multiple linear regression analysis shows that all the independent variables have a positive effect towards user satisfaction with an effect 46% and the remaining 54% are variables outside the research. In the hypothesis test it was proven that *usefulness*, *ease of use* and *ease of learning* variables has a significant influence on user satisfaction simultaneously and

*partially the usefulness and ease of use variables have a significant influence, while the ease of learning variable has no significant influence on user satisfaction.*

**Keywords:** *Usability, user satisfaction, USE Questionnaire, mobile commerce*

## 1. PENDAHULUAN

*Mobile commerce* merupakan transaksi jual beli produk atau layanan yang dilakukan melalui jaringan telekomunikasi seluler. Perdagangan seluler atau *m-commerce* mengacu pada pemasaran ritel dimana penjual dan pelanggan berinteraksi dengan jaringan nirkabel menggunakan ponsel pintar, perangkat tablet atau perangkat genggam lainnya [1]. Data yang dipublikasi oleh *www.statista.com* menunjukkan bahwa sekitar 20 juta orang melakukan aktivitas belanja online pada tahun 2017 dan diprediksi akan terus meningkat hingga menyentuh angka 85 juta orang pada tahun 2022 [2]. *M-commerce* melibatkan semua jenis transaksi elektronik dengan menggunakan ponsel. Aktivitas-aktivitas bisnis seperti *retail shopping*, perbankan, investasi dan penyewaan bisa dilakukan melalui *smartphone*. Hal ini menjadikan *m-commerce* sebagai salah satu tuntutan persaingan dalam industri bisnis dan perdagangan. *M-commerce* mendapat perhatian yang meningkat karena potensinya untuk mencapai berbagai transaksi komersial dan membantu pengguna baik penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi dengan lebih efisien [3].

Tokopedia merupakan salah satu platform *m-commerce* lokal Indonesia yang bergerak dibidang perdagangan dan transaksi *consumer to consumer* (C2C). Tokopedia berperan sebagai media perantara bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli. Terhitung sejak Agustus 2020, Tokopedia telah diunduh lebih dari 50 juta kali, digunakan lebih dari 3 juta pengguna dengan peringkat 4.7 [4].

Untuk meningkatkan pengalaman pengguna (UX), aspek kegunaan aplikasi perlu diperhatikan. Kurangnya definisi formal mengenai *usability* suatu aplikasi dapat memengaruhi pengalaman pengguna selama penggunaan aplikasi [5]. *Usability* diakui sebagai salah satu dimensi kualitas untuk mengetahui keberhasilan dari suatu produk aplikasi dengan komponen *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors* dan *satisfaction* yang mengikutinya. Analisis *usability* merupakan analisis yang bersifat membangun karena berhubungan langsung dengan sudut pandang pengguna [6] [7].

Berdasarkan ulasan pengguna pada *Google Playstore* dan *App Store*, pengguna menemukan beberapa kendala seperti, adanya *interface issues* pada versi terbaru aplikasi, kendala navigasi, beberapa pengguna mengalami kesulitan untuk menambahkan atau mengubah alamat, fitur pesanan untuk penjual menampilkan pesanan pembeli yang tidak berurut, serta tata letak yang tidak ramah pengguna, berantakan dan membingungkan. Hal-hal seperti ini menyebabkan pengguna merasa terganggu yang bisa berdampak pada kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi. Menurut *User Interface Engineering Inc.*, 60% waktu pengguna terbuang untuk menemukan informasi yang dibutuhkan pada platform belanja online sehingga menyebabkan penurunan produktivitas, meningkatkan frustrasi dan bentuk kerugian lainnya [8].

Oleh sebab itu, peneliti melakukan analisa *usability* pada aplikasi *m-commerce* Tokopedia untuk mengetahui tingkat kelayakan dan kebergunaan (*usability*) aplikasi bagi pengguna, serta menganalisis apakah variabel-variabel *usability* memiliki korelasi terhadap kepuasan pengguna dimana faktor umum penentunya ialah kualitas produk, kualitas layanan, emosional pengguna dan kemudahan [9]. Analisis dilakukan dengan menerapkan metode

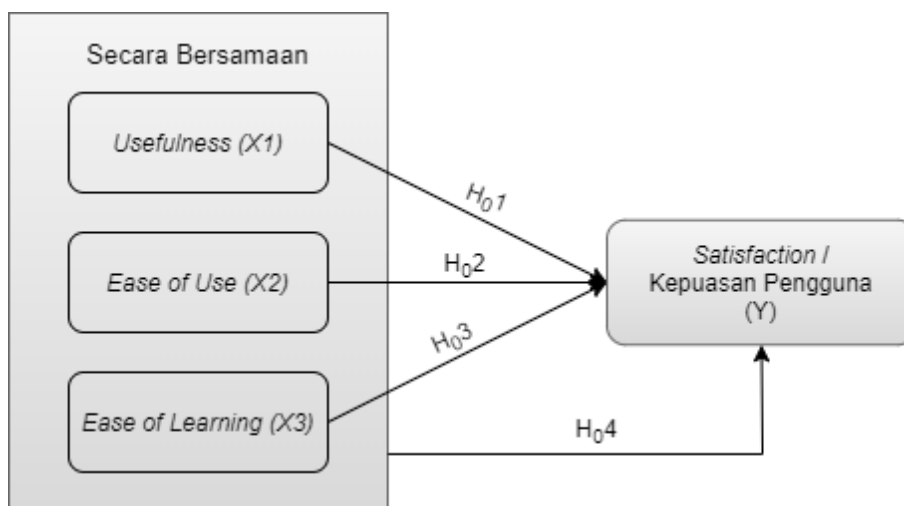
pengukuran USE (*Usefulness, Satisfaction, Ease of Use*) *Questionnaire* sebagai parameter dalam mengukur *usability*.

Tokopedia merupakan platform besar dengan *target audience* yang luas, fungsi-fungsi yang diberikan produk berkaitan erat dengan kegiatan umum yang dilakukan setiap orang, sehingga penting untuk meningkatkan fungsionalitas, kualitas dan layanan terutama dari sisi *usability*-nya. Melalui penelitian ini, dapat diketahui apakah aspek *usability* dapat mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia, dapat diketahui apakah aplikasi ini dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan meningkatkan produktivitas pengguna.

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu mengukur *usability* pada objek spesifik yaitu aplikasi *m-commerce* Tokopedia dengan metode pengukuran USE, mengetahui tingkat pengaruh *Usefulness, Ease of Use* dan *Ease of Learning* terhadap kepuasan pengguna (*Satisfaction*), mengetahui dan memahami setiap aspek *usability* pada aplikasi *m-commerce* Tokopedia, mengetahui apakah aplikasi *mobile* Tokopedia dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan dapat meningkatkan produktivitas pengguna, mengetahui apakah kinerja aplikasi *mobile* Tokopedia secara keseluruhan sudah cukup memuaskan untuk penggunaan.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif korelatif dengan pendekatan kuantitatif yang berbasis pada pengukuran suatu kuantitas dan mengamati pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lain. Berikut merupakan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Gambar 1 menunjukkan terdapat 3 variabel penentu yaitu *Usefulness* (X1), *Ease of use* (X2), dan *Ease of learning* (X3) yang masing-masing dapat mempengaruhi variabel kepuasan pengguna Tokopedia (*Satisfaction* (Y)). Kemudian ketiga variabel dapat mempengaruhi variabel kepuasan pengguna secara bersamaan setelah dilakukan pengukuran terhadap variabel X1 hingga X3.

Berikut merupakan penjelasan masing-masing variabel USE dalam mengukur kepuasan pengguna Tokopedia:

1. *Usefulness* (X1): Pengguna merasa Tokopedia membantu dalam kegiatan dan untuk mencapai tujuan tertentu.
2. *Ease of Use* (X2): Kemudahan pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu pada Tokopedia.
3. *Ease of Learning* (X3): Kemudahan pengguna mempelajari dan mengingat cara kerja Tokopedia.
4. *Satisfaction* (Y): Respon dan perasaan positif pengguna selama menggunakan Tokopedia.

## 2.1 Instrumen Pengumpulan Data

### 2.1.1 Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dimana data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner, sedangkan data sekunder merupakan data pendukung data primer berupa literatur, artikel jurnal, bacaan dan data statistik.

### 2.1.2 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat sehingga menyebabkan perubahan pada variabel terikat (*dependent*). Penelitian ini melibatkan tiga variabel bebas yaitu (X1) *Usefulness* yang berisi indikator mengenai terhadap kebergunaan, (X2) *Ease of use* berisi indikator mengenai kemudahan penggunaan, dan (X3) *Ease of learning* berisi indikator mengenai kemudahan mempelajari [10]. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *usability* aplikasi terhadap kepuasan pengguna ((Y) *satisfaction*) yang mengacu pada respon dan evaluasi pengguna mengenai pengalaman penggunaan [11].

## 2.2 Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner pada responden pengguna aplikasi *mobile* Tokopedia untuk mengetahui respon dan pendapat pengguna selama menggunakan aplikasi. Kuesioner penelitian ini menggunakan metode kuesioner USE berisi 30 pernyataan yang dibagi menjadi empat dimensi berdasarkan USE yaitu [12]: *Usefulness* berisi 8 pernyataan, *Ease of Use* berisi 11 pernyataan, *Ease of Learning* berisi 4 pernyataan, *Satisfaction* berisi 7 pernyataan.

Untuk memudahkan responden dalam pengisian kuesioner, memudahkan peneliti memahami maksud responden dan untuk pengukuran hasil, diterapkan format skala likert pada kuesioner. Skala Likert terdiri dari 5 bobot kategori yaitu [13]:

- a. *Strongly Disagree* atau Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1
- b. *Disagree* atau Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
- c. *Neither Agree nor Disagree* atau Netral (N) dengan nilai 3
- d. *Agree* atau Setuju (S) dengan nilai 4
- e. *Strongly Agree* atau Sangat Setuju (SS) dengan 5

Berikut merupakan tahapan dan langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data:

1. Tahap pertama, peneliti melakukan perancangan dan pengujian instrumen atau kuesioner yang akan digunakan.
2. Tahap kedua, peneliti membagikan kuesioner kepada pengguna Tokopedia dalam hal ini adalah mahasiswa Universitas Klabat.

3. Tahap ketiga, peneliti melakukan pengolahan dan analisis terhadap data dan informasi yang telah dikumpulkan.
4. Tahap keempat, peneliti membuat laporan penelitian dari hasil pengolahan dan analisis data.
5. Peneliti menarik kesimpulan dan saran.

Pengolahan dan analisa data dilakukan menggunakan program SPSS. SPSS merupakan perangkat lunak untuk menyunting dan menganalisa berbagai jenis data menggunakan teknik statistik [14].

### 2.3 Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian

#### 2.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan dan tempat dimana data diambil. Peneliti memilih Universitas Klabat sebagai lokasi pengambilan data dari responden.

#### 2.3.2 Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan suatu wilayah yang meliputi suatu kelompok entitas berupa individu atau benda yang memiliki kriteria dan karakteristik yang ditentukan peneliti terkait penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya [15]. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Klabat dengan jumlah 559 orang pada tahun 2021.

#### 2.3.3 Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk penentuan dan penarikan jumlah sampel. Berdasarkan rumus slovin, ukuran populasi dengan jumlah 559 orang dengan nilai toleransi ketidakteelitian I sebesar 0,1 maka peneliti mengambil sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{559}{1 + 559 (0.1^2)} \dots\dots\dots (1)$$

Hasil perhitungan sampel setelah dibulatkan adalah 85 responden.

### 2.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji kelayakan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian melibatkan responden diluar jumlah sampel atau diluar jumlah responden sesungguhnya. Dalam pengujian ini, peneliti memilih untuk menjalankan uji coba instrumen terhadap fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan jumlah 30 responden.

#### 2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur tingkat kecermatan atau ketepatan instrumen penelitian. Pengujian menggunakan *correlate bicariate pearson* dengan *r* tabel yang memiliki kriteria signifikansi 0.05. Apabila nilai signifikan  $\leq 0.05$  dan *r* hitung lebih besar dari *r* tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) maka instrumen atau kuesioner dianggap valid [16].

#### 2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi atau tingkat kestabilan instrumen pengukuran guna melihat dan menetapkan, jika instrumen atau kuesioner telah digunakan secara berulang atau tidak oleh responden yang sama. Hasil pengujian dilihat dan dinilai dari koefisien *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan  $< 0.6$  maka nilai

reliabilitasnya buruk, jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan berada dalam rentang 0.6 hingga 0.7 maka nilai reliabilitas dapat diterima, sedangkan jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan  $> 0.8$  maka nilai reliabilitasnya dapat disimpulkan sangat baik [16].

### 2.5 Linear Regresi Berganda

Dilakukan perhitungan dari hasil yang didapatkan dari kuesioner dengan menggunakan perhitungan linear regresi berganda. Linear regresi berganda merupakan metode perhitungan untuk mengukur besar pengaruh X terhadap Y. Perhitungan ini melibatkan skala data dari semua variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan dihitung menggunakan SPSS yang merupakan perangkat lunak statistik [17].

### 2.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk memprediksi besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Nilai koefisien determinasi adalah 0 hingga 1. Jika koefisien determinasi bernilai negatif (-), maka dapat disimpulkan bahwa variabel *usefulness*, *ease of use*, dan *ease of learning* tidak berpengaruh pada variabel *satisfaction*. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *usefulness*, *ease of use* dan *ease of learning* memiliki pengaruh kuat terhadap *satisfaction* [17].

### 2.7 Uji T

Uji *t* dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *usefulness*, *ease of use*, dan *ease of learning* berhubungan dengan variabel *satisfaction* secara parsial dengan membandingkan nilai *t* hitung dan *t* tabel dengan nilai signifikan kurang dari 0.1 [17].

### 2.8 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel *usefulness*, *ease of use* dan *ease of learning* terhadap variabel *satisfaction* secara simultan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan nilai signifikan kurang dari 0.1 [17].

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Menggunakan Variabel USE

Dalam penelitian ini digunakan teknik linear regresi berganda dengan melakukan uji asumsi klasik sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk dilakukan pengujian linear regresi berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinearitas

#### 3.1.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan asumsi klasik berupa hubungan signifikan antara setiap variabel bebas.

Tabel 1 Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Usefulness	.383	2.613
Ease of use	.246	4.072
Ease of learning	.487	2.054

a. Dependent Variable: Satisfaction

Berdasarkan Tabel 1 setiap variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 dan VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak memiliki gejala multikolinearitas dan dapat diterima untuk pengujian linear regresi.

### 3.1.2 Analisis Linear Regresi Berganda

Tabel 2 Analisis Linear Regresi Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.907	.359		2.523	.014
Usefulness (X1)	.214	.114	.244	1.887	.063
Ease of use (X2)	.383	.171	.361	2.238	.028
Ease of learning (X3)	.162	.108	.172	1.505	.136

a. Dependent Variable: Satisfaction

Berdasarkan Tabel 2 pada *Unstandardized Coefficients* kolom  $\beta$  masing-masing variabel memiliki hasil yang bernilai positif yang artinya setiap variabel memiliki pengaruh positif terhadap kenaikan nilai variabel *satisfaction* dan *R Square* sehingga diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$Y = 0.907 + 0.214 X1 + 0.383 X2 + 0.162 X3 + e$ , dengan pengertian:

$\alpha = 0.907$ , apabila  $X1 = X2 = X3 = 0$  maka nilai  $Y = 0.907$

1.  $\beta_1$  bernilai 0.214 artinya setiap kenaikan variabel *usefulness* menghasilkan kenaikan pada variabel *satisfaction* sebesar 0.214.
2.  $\beta_2$  bernilai 0.383 artinya setiap kenaikan variabel *ease of use* menghasilkan kenaikan pada variabel *satisfaction* sebesar 0.383.
3.  $\beta_3$  bernilai 0.162 artinya setiap kenaikan variabel *ease of learning* menghasilkan kenaikan pada variabel *satisfaction* sebesar 0.162.

### 3.1.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 <sup>a</sup>	.483	.463	.41573

a. Predictors: (Constant), Ease of learning (X3), Usefulness (X1), Ease of use (X2)

Berdasarkan Tabel 3 pada kolom *Adjusted R Square* bernilai 0.463 sehingga dapat disimpulkan variabel *Usefulness* (X1), *Ease of Use* (X2), *Ease of Use* (X3) memiliki faktor sebesar 46% terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia dan sisanya 54% merupakan faktor yang berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3.1.4 Uji T

Uji *T* dilakukan untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel USE terhadap variabel kepuasan pengguna secara parsial dengan membandingkan nilai signifikan dengan nilai *alpha* yaitu 0.1 atau membandingkan nilai *t* hitung dan *t* tabel.

Tabel 4 Uji *T*  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.907	.359		2.523	.014
Usefulness (X1)	.214	.114	.244	1.887	.063
Ease of use (X2)	.383	.171	.361	2.238	.028
Ease of learning (X3)	.162	.108	.172	1.505	.136

a. Dependent Variable: Satisfaction

Nilai *t* tabel = 1.663

Berdasarkan Tabel 4, diketahui nilai *t* hitung pada variabel *Usefulness* memiliki nilai 1.887 dengan nilai signifikan sebesar 0.063 yang berarti variabel *usefulness* (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *satisfaction* (Y) karena nilai *t* lebih dari nilai *t* tabel ( $1.887 > 1.663$ ) dan nilai signifikan kurang dari 0.1 ( $0.063 < 0.1$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$ 1 dapat diterima, nilai *t* hitung pada variabel *Ease of Use* memiliki nilai 2.238 dengan nilai signifikan sebesar 0.028 yang berarti variabel *ease of use* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *satisfaction* (Y) karena nilai *t* hitung melebihi nilai *t* tabel ( $2.238 > 1.663$ ) dan nilai signifikan kurang dari 0.1 ( $0.028 < 0.1$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$ 2 dapat diterima, dan nilai *t* hitung pada variabel *Ease of Learning* memiliki nilai 1.505 dengan nilai signifikan sebesar 0.136 yang artinya variabel *ease of learning* (X3) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *satisfaction* (Y) karena nilai *t* hitung kurang



dari nilai  $t$  tabel ( $1.505 < 1.663$ ) dan nilai signifikan melebihi 0.1 ( $0.136 > 0.1$ ) dengan demikian hasil ini dapat menjawab hipotesis dan  $H_03$  dapat diterima.

### 3.1.5 Uji F

Uji  $F$  dilakukan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel bebas ( $X_1$  hingga  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) secara simultan dengan membandingkan nilai signifikan dengan nilai 0.1 atau membandingkan nilai  $F$  hitung dan  $F$  tabel.

Tabel 5 Uji  $F$   
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.054	3	4.351	25.177	,000 <sup>b</sup>
Residual	14.000	81	.173		
Total	27.054	84			

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Ease of learning (X3), Usefulness (X1), Ease of use (X2)

Nilai  $F$  tabel = 2.153

Berdasarkan tabel 5, pengujian secara simultan terhadap variabel  $X_1$  hingga  $X_3$  menghasilkan nilai  $F$  hitung sebesar 25.177 dengan tingkat signifikansi 0.000 sehingga dapat diartikan bahwa secara simultan, variabel *usefulness*, *ease of use* dan *ease of learning* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna ( $Y$ ) karena  $F$  hitung nilainya jauh lebih besar dari  $F$  tabel ( $25.177 > 2.153$ ) dan nilai signifikan kurang dari 0.1 ( $0.000 < 0.1$ ). Dengan demikian, hipotesis  $H_04$  ditolak dan  $H_{a4}$  dapat diterima.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada analisis Linear Regresi Berganda, variabel *usefulness*, *ease of use*, dan *ease of learning* memiliki hasil yang bernilai positif pada variabel *satisfaction* dan nilai *R square*.
2. Pada pengujian Koefisien Determinasi, variabel *usefulness*, *ease of use*, dan *ease of learning* memiliki faktor sebesar 46% terhadap variabel *satisfaction* dan sisanya sebesar 54% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pada uji T atau pengujian secara parsial, variabel *usefulness* dan *ease of use* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*satisfaction*). Sedangkan variabel *ease of learning* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia.
4. Hasil yang didapatkan pada uji  $F$  atau pengujian secara simultan adalah variabel bebas ( $X_1$  hingga  $X_3$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ).
5. Pada uji  $t$  dan uji  $F$ , variabel *ease of learning* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jika dianalisa dengan variabel yang lain. Namun memiliki sumbangsi yang kecil jika dianalisa terpisah dengan variabel lain.

## 5. SARAN

Setelah dilakukan analisa dan penarikan kesimpulan, saran yang dikemukakan peneliti terhadap beberapa pihak terkait, yaitu:

- 1) Pihak Tokopedia dapat melakukan peningkatan fungsionalitas terhadap elemen-elemen aplikasi yang berhubungan dengan ketiga variabel bebas yang nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Tokopedia sebagai sarana transaksi jual beli *online*.
- 2) Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan secara terperinci atau dikaji lebih dalam mengenai bagian-bagian variabel *ease of learning*, walaupun pada penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan.
- 3) Pada variabel penelitian berpengaruh sebesar 46% terhadap kepuasan pengguna Tokopedia dan sisanya merupakan variabel yang tidak diteliti. Oleh sebab itu, peneliti lain disarankan dapat melakukan penelitian terhadap variabel-variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna Tokopedia nantinya.
- 4) Saran untuk peneliti lain yang nantinya akan melakukan penelitian serupa mengenai *usability* aplikasi *mobile* Tokopedia untuk memilih metode yang berbeda, karakteristik responden yang berbeda, atau responden dengan cakupan yang lebih luas mengingat Tokopedia merupakan *platform* besar dengan jumlah pengguna yang besar.
- 5) Pada penelitian tidak dilakukan secara spesifik pada sistem operasi tertentu, maka peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap aplikasi Tokopedia pada pengguna sistem operasi *mobile* tertentu baik *Android* maupun *iOS*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. M. Gupta, S. M. Dhawan and R. Gupta, "Mobile Commerce Global Publication: A Quantitative and Qualitative Assessment during 2007-2016," *Journal of Library & Information Technology*, vol. 38, no. 3, p. 179, 2018.
- [2] "Number of Smartphone Users in Indonesia from 2015-2025," Statista, [Online]. Available: <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>. [Accessed 12 September 2020].
- [3] Y. Cui, J. Mou, J. Cohen, Y. Liu and K. Kurcz, "Understanding consumer intention toward cross-border m-commerce usage: A psychological distance and commitment-trust perspective," in *Electronic Commerce Research and Application*, 2019, pp. 1-3.
- [4] "About Us," Tokopedia, [Online]. Available: <https://www.tokopedia.com/about/>. [Accessed 20 September 2020].
- [5] C. Rusu, V. Rusu, S. Roncagiolo and C. D. Valparaiso, "Usability and User Experience: What Should We Care About?," *International Journal of Information Technology and System Approach*, vol. 8, no. 2, pp. 1-3, 2015.
- [6] S. W. Ningrum, I. Akrunanda and A. R. Perdanakusuma, "Evaluasi dan Perbaikan Usability Aplikasi Mobile Ojesy Menggunakan Usability Testing and USE Questionnaire," *Journal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 5, pp. 4826-4827, 2019.

- [7] K. R. Hadi, H. M. Az-Zahra and L. Fanani, "Analisis dan Perbaikan Usability Aplikasi Mobile KAI Access dengan metode Usability Testing dan USE Questionnaire," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 9, pp. 2743-2744, 2018.
- [8] D. T. Green and J. M. Pearson, "Confirmatory Factor Analysis of Two Website Usability Instrument," in *Proceeding of the Third Annual Workshop on HCI Research in MIS*, Washington D. C., 2004, pp. 10-11.
- [9] S. Puspitasari and Widayanto, "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride," *Jurnal Administrasi Bisnia*, vol. 8, no. 1, pp. 55-56, 2019.
- [10] A. M. Lund, "Measuring Usability with The USE Questionnaire," *Usability Interface*, vol. 8, no. 2, pp. 3-6, 2001.
- [11] N. A. Suryana, A. E. Damayanthi and L. A. Merkusiwati, "Kualitas dan Kepuasan Pengguna Terhadap Sistem Informasi Akademik Berbasis Web," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 85-86, 2016.
- [12] D. R. Rahadi, "Pengukuran Usability Sistem menggunakan USE Questionnaire pada Aplikasi Android," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 6, no. 1, pp. 664-665, 2014.
- [13] B. WeicTERS, K. Millet and E. Cabooter, "Extremity in Horizontal and Vertical Likert Scale Format Responses. Some Evidence on How Visual Distance Between Response Categories Influences Extreme Responding," *International Journal of Research Marketing*, pp. 2-16, 2020.
- [14] "SPSS TUTORIALS," SPSS - What Is It?, [Online]. Available: <https://www.spss-tutorials.com/spss-what-is-it/>. [Accessed 23 September 2020].
- [15] N. Aswani, "Pengukuran Usability Aplikasi Google Classroom Sebagai E-Learning Menggunakan USE Questionnaire," *Journal of Computer, Information System, and Technology Management*, vol. 1, no. 2, pp. 17-21, 2018.
- [16] W. A. Kusuma, V. Noviasari and G. I. Marthasari, "Analisis Usability dalam User Experience pada Sistem KRS-Online UMM menggunakan USE Questionnaire," *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, vol. 5, no. 4, pp. 294-295, 2016.
- [17] Y. S. M. Putra and R. Tanamal, "Analisis Usability Menggunakan Metode USE Questionnaire pada Website Ciputra Enterprise System," *TEKNIKA: Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 9, no. 1, pp. 58-65, 2020.