

# Analisis Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Shopee Dengan Metode UTAUT

## *Customer Satisfaction Analysis on Shopee E-Commerce Using the UTAUT Method*

Johanes Fernandes Andry<sup>1</sup>, Herlina<sup>2</sup>, Antonius Rianto<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Data Sains, Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[jandry@bundamulia.ac.id](mailto:jandry@bundamulia.ac.id), <sup>2</sup>[herlina@bundamulia.ac.id](mailto:herlina@bundamulia.ac.id), <sup>3</sup>[antoniusrianto444@gmail.com](mailto:antoniusrianto444@gmail.com)

### **Abstrak**

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan untuk melakukan aktivitas. Contoh aktivitas yaitu berbelanja online. Situs e-commerce terpendang di Indonesia salah satu yang populer yaitu Shopee yang berasal Singapura. Suatu e-commerce harus dapat untuk meningkatkan kepuasan pengguna, tanpa mengganggu pengguna aplikasi tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana analisis kepuasan pelanggan pada e-commerce. Shopee dengan metode UTAUT. Metode UTAUT memiliki berbagai kategori, seperti performance Expectancy (PE), effort Expectancy (EE), social influence (SI), facilitating condition (FC). UTAUT juga berguna untuk menjelaskan bagaimana cara pengguna memperhatikan penggunaan sistem informasi dan perilaku mereka selanjutnya. Hasil penelitian menggunakan SPSS yaitu akan dilakukan uji validitas dan realibel lalu melalui hipotesis yang akan diuji dengan uji statistik t. Analisis terhadap sistem teknologi informasi Shopee terhadap kepuasan pelanggan dengan metode UTAUT sangat penting untuk mengetahui permasalahan dari sistem Shopee yang merugikan pengguna bahkan sistem tersebut sendiri dan bagaimana bisa memuaskan pelanggan. Penelitian dalam paper ini menghasilkan setiap variabel independent, yaitu nilai t-hitung PE bernilai 6.718, untuk EE bernilai 6.991, untuk SI bernilai 5.253 dan untuk FC bernilai 6.065 yang berarti lebih tinggi dari 1.686 berpengaruh signifikan positif pada variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan Shopee dalam penggunaan sistem Shopee.

**Kata kunci**— Perdagangan Elektronik, Shopee, UTAUT, Kepuasan Pengguna

### **Abstract**

Advances in technology make it easy to carry out activities. An example of this activity is online shopping. One of the most popular e-commerce sites in Indonesia is Shopee, which originates from Singapore. An e-commerce must be able to increase user satisfaction, without disturbing the users of the application. The purpose of this research is to examine how to analyze customer satisfaction in e-commerce. Shopee with the UTAUT method. The UTAUT method has various categories, such as performance. Expectancy (PE), effort Expectancy (EE), social influence (SI), and facilitating condition (FC). UTAUT is also useful for explaining how users pay attention to the use of information systems and their subsequent behavior. The results of the research using SPSS, namely validity and reliability tests will be carried out and then through the hypothesis that will be tested with the t statistical test. Analysis of Shopee's information technology system on customer satisfaction with the UTAUT method is very important to find out the problems of the Shopee system that are detrimental to users and even the system itself and how to satisfy customers. The research in this paper produces each independent variable, namely the t-count PE value is 6,718, EE is 6,991, SI is 5,253 and FC is 6,065 which means higher than

*1,686 has a significant positive effect on the dependent variable, namely Shopee customer satisfaction in using the Shopee system.*

**Keywords**— *E-Commerce, Shopee, UTAUT, Customer Satisfaction*

## 1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam mendorong suatu aktivitas bisnis dan pasar. Aktivitas masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari banyak menggunakan teknologi [1]. Internet menjadi sarana komunikasi yang telah memfasilitasi peningkatan dan pemrosesan transaksi dalam bisnis. Kemajuan teknologi informasi mempengaruhi nyaris setiap segi aktivitas manusia, seperti pemerintahan, industri, perdagangan, kesehatan, pembelajaran dan bidang lainnya [2]. Salah satunya kegiatan masyarakat menggunakan *e-commerce* untuk melakukan aktifitas belanja online [3]. Teknologi memudahkan konsumen melakukan pembelian online dimanapun dan kapanpun [4]. Perkembangan teknologi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang mengalami kenaikan 97% di pulau jawa dan 17% di luar pulau jawa per 2020 [5]. Oleh sebab itu, *e-commerce* perlu memberikan kemudahan dan kepuasan bagi pengguna untuk tetap memiliki loyalitas dalam berbelanja online [6]. Kehadiran *e-commerce* mengubah aktivitas transaksi jual beli serta pembayaran dari metode konvensional ke dalam bentuk digital elektronik dalam basis komputer dan jaringan internet [7].

*E-commerce* merupakan suatu perdagangan, pertukaran usaha biasa dilakukan dalam jejaring elektronika. *E-commerce* perlu dirangkul dan dimanfaatkan oleh pengguna untuk meningkatkan produktivitas [8]. Persyaratan utama *e-commerce* adalah media penyebaran informasi tentang beraneka rupa produk dan perluasan pasar untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan kapabilitas bersaing [9]. Shoppe merupakan *e-commerce* ternama yang digunakan untuk transaksi jual beli online secara praktis kapanpun dan dimanapun yang terpasang dalam perangkat mobile [10].

Shopee adalah *e-commerce* yang menyediakan produk dari berbagai kategori secara mudah dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan kepada pengguna. Shopee memiliki masalah bagaimana aplikasi Shoppe dapat menawarkan performa, efektivitas, kemudahan. Beberapa kali mengalami *error* sehingga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna Shopee. Oleh sebab itu diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui kepuasan pengguna Shoppe.

Perkembangan teknologi memberikan perubahan pada banyak bidang paling utama adalah pertumbuhan usaha dan perdagangan. Maraknya internet untuk mendukung *e-commerce* membuka peluang pemasaran, perluasan jaringan di segala aspek bisnis [11]. Penelitian terdahulu memperlihatkan analisis dengan metode UTAUT pada aplikasi blibli.com menghasilkan pengguna blibli.com (BBC) dapat menerima inovasi layanan belanja *online* dan terdapat ketertarikan belanja melalui *online* menggunakan BBC [12].

Dalam paper ini akan membahas mengenai analisis kepuasan pengguna sistem informasi dari *e-commerce* Shopee dengan memakai metode UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) untuk analisis kepuasan pengguna Shoppe. Peneliti ingin mengetahui mengenai efek kemampuan pada sistem informasi Shopee pada kepuasan pelanggan berdasarkan faktor yang mempengaruhi kepuasan.

Digunakan metode untuk dilakukan analisis dukungan aplikasi Shopee, yang dibangun pada tahun 2003 oleh Venkates yakni *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) [13]. UTAUT bermanfaat dalam menggambarkan perilaku pengguna dalam kaitannya dengan teknologi informasi. Kombinasi berdasarkan teori perilaku pengguna teknologi dan model adopsi teknologi, yaitu UTAUT menjadi sebagai solusi dalam menemukan pengaruh dari sistem Shopee pada kepuasan penggunanya mengenai kemampuan sistem apakah sudah memenuhi kebutuhan untuk dapat diterima oleh pengguna [14]. Terdapat berbagai kategori dalam UTAUT, yaitu *performance expectancy*, *effort expentancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. UTAUT berguna atas menjelaskan bagaimana pengguna memperhatikan

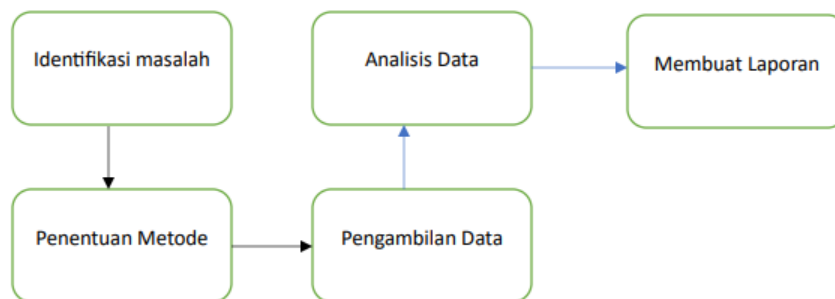
penggunaan sistem informasi dan perilaku mereka selanjutnya. UTAUT menunjukkan niat perilaku dan perilaku sistem yang dipengaruhi oleh kategori UTAUT, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* [15]. *Performance expectancy* menjelaskan bahwa pengguna dapat memahami bagaimana kemajuan teknologi informasi pada saat ini. *Effort expectancy* berarti bahwa pengguna diberikan kemudahan dalam mengakses sistem *e-commerce* yang dapat mempengaruhi minat pengguna saat membeli produk secara *online*. *Social influence* menjelaskan pengguna sistem informasi menyakini *customer* dengan mendapatkan kesan perdagangan lewat *internet* mempergunakan tujuan individu saat melaksanakan perdagangan lewat media *internet* di *e-commerce*. Fasilitasi adalah tingkat infrastruktur yang tersedia untuk mendukung sistem, yaitu, melakukan *e-commerce online* dalam skala besar melalui komputer, perangkat seluler, dan jaringan internet.

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis bagaimana pengaruh dari kepuasan pelanggan Shopee berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi di *e-commerce* Shopee. Kepuasan pemakai dalam sistem informasi Shopee didasarkan terhadap evaluasi pemakai terhadap kemampuan sistem informasi yang dianalisis dengan metode UTAUT. Analisis pada sistem informasi Shopee terhadap kepuasan pelanggan dengan metode UTAUT penting untuk mengetahui bagaimana permasalahan dari sistem Shopee yang merugikan pengguna bahkan sistem informasi tersebut. Penelitian ini diharapkan menjadi perkembangan pada *e-commerce* Shopee dengan memanfaatkan pengetahuan baru untuk memuaskan penggunaannya berdasarkan data yang akan dianalisis pada *paper* ini serta berkontribusi menjadi solusi antisipatif untuk perkembangan Shopee.

## 2. METODE PENELITIAN

UTAUT memiliki 4 variabel bebas yaitu kinerja yang diharapkan (PE), upaya yang diharapkan (EE), dampak sosial (SI), dan kondisi dukungan (FC). Pemenuhan kebutuhan pelanggan saat menggunakan toko *e-commerce* Shopee [16], [17].

Konsep kualitas layanan menjadi faktor penilaian yang sangat penting karena mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Pendekatan kuantitatif disertai jenis penelitian deskriptif digunakan untuk penelitian dalam *paper* ini. Penggunaan survey dalam mengukur kepuasan pelanggan terhadap sistem informasi pada toko *e-commerce*. Proses survei diawali dengan melakukan pemugutan data dari berbagai narasumber memanfaatkan beberapa daftar pertanyaan. Tujuan penelitian yang ditentukan dalam mengetahui kepuasan pengguna terhadap layanan *e-commerce* Shopee [18].



Gambar 1 Tahapan Penelitian [19]

Gambar 1 Tahapan penelitian, tahap awal adalah identifikasi masalah yang terdapat pada aplikasi Shopee terhadap kepuasan pelanggan. Penentuan Metode UTAUT dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Shopee, variabel yang digunakan adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memberikan

serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden secara daring untuk dijawab seberapa besar tingkat penerimaan pengguna pada aplikasi Shopee. Responden berasal dari mahasiswa dari tiga perguruan tinggi di Jakarta, yaitu Universitas Bunda Mulia, STMIK Widuri, dan Universitas Satya Negara Indonesia. Tahap berikut adalah analisis data, yang dilakukan dengan melakukan beberapa uji validitas, reliabilitas dan uji hipotesis dari kuesioner yang ada. Tahapan terakhir adalah membuat laporan dari Penelitian ini apakah ada hubungan antara kepuasan pelanggan pada aplikasi Shopee menggunakan UTAUT.

### 2.1 Variabel Penelitian

*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition* menjadi variabel *independent* di penelitian. Kepuasan pengguna menjadi variabel *dependent* dalam penelitian di *paper*. Berikut pengembangan variabel oleh peneliti, yaitu [20]:

- A. Variabel *Performance Expectancy*: Kesadaran akan manfaat, peningkatan efisiensi, peningkatan kenyamanan, peningkatan kecepatan kerja
- B. Variabel *Effort Expectancy*: Keterampilan Pengguna, Kesadaran Kegunaan, Kemudahan Belajar, Kemudahan Berinteraksi
- C. Variabel *Social Influence*: Persepsi manfaat, Meningkatkan efisiensi
- D. Variabel *Facilitating Condition*: Sumber daya, Pengetahuan, Dukungan tenaga profesional
- E. Kepuasan Pengguna: Kinerja Pelayanan, Kualitas Produk, Harga

### 2.2 Hipotesis Penelitian

Memfaatkan variabel dari UTAUT, dibawah ini merupakan hipotesis penelitian:

1. H<sub>1</sub>: Variabel harapan *performance* alias *Performance Expectancy* (PE) mempunyai pengaruh secara positif kepada kepuasan pelanggan *Shopee*.
2. H<sub>2</sub>: Variabel harapan usaha alias *Effort Expectancy* (EE) mempunyai pengaruh secara positif kepada kepuasan pelanggan *Shopee*.
3. H<sub>3</sub>: Variabel pengaruh terhadap sosial atau *Social Influence* (SI) mempunyai pengaruh secara positif kepada kepuasan pelanggan *Shopee*.
4. H<sub>4</sub>: Variabel kondisi yang memudahkan atau *Facilitating Conditions* (FC) mempunyai pengaruh secara positif kepada kepuasan pelanggan *Shopee*.

### 2.3 Instrumen Penelitian

Metrik skala likert yang digunakan adalah untuk mengukur kelakuan, gagasan, dan wawasan pelanggan. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan memiliki nilai skor dari 1 sampai 5 untuk mengukur kriteria dari sangat tidak setuju (STS) dan sangat sangat setuju (SSS) [21].

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam riset ini, sampel dipilih dari mahasiswa yang berada di tiga kampus Jakarta, minimal mahasiswa tersebut pernah berbelanja dengan *hand phone* yang ada aplikasi Shopee. Mahasiswa yang mengisi form kuesioner secara daring berjumlah 43 responden. Sampel tersebut akan dilakukan uji validitas dan reliabel lalu akan dilakukan uji hipotesis untuk uji statistik t. *Testing* akan dilaksanakan dengan mengandalkan bantuan dari *software* SPSS.

A. Uji Validitas, bisa dilihat pada tabel 1 Hasil Uji Validitas.

Pengujian validitas bertujuan untuk mengukur apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Kuesioner yang valid dapat mengungkapkan apa yang hendak dihitung dengan kuesioner yang valid tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan formula *Product Moment* (PM) yaitu mencocokkan *r table* dan *r* perhitungan. Misalkan *r* perhitungan lebih besar dibandingkan *r table* maka instrument pertanyaan valid atau cermat ataupun tepat.

Total responden pada kuesioner penelitian ini berjumlah 43 sampel. Peneliti memakai tabel korelasi pearson *product moment* untuk penentuan nilai *r* tabel. Nilai dari *r* tabel ditentukan

berdasarkan n sebagai jumlah sampel yaitu 43 dan taraf signifikansi yaitu 5% sehingga memperoleh r tabel sebesar 0.301.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

<i>Item</i>	r perhitungan	r <i>table</i>	Penjelasan
PE1	0.695	0.301	Valid
PE2	0.751	0.301	Valid
PE3	0.770	0.301	Valid
PE4	0.642	0.301	Valid
EE1	0.647	0.301	Valid
EE2	0.722	0.301	Valid
EE3	0.629	0.301	Valid
EE4	0.469	0.301	Valid
SI1	0.705	0.301	Valid
SI2	0.699	0.301	Valid
SI3	0.727	0.301	Valid
SI4	0.744	0.301	Valid
FC1	0.744	0.301	Valid
FC2	0.631	0.301	Valid
FC3	0.733	0.301	Valid
FC4	0.626	0.301	Valid
Y1	0.459	0.301	Valid
Y2	0.622	0.301	Valid
Y3	0.342	0.301	Valid

Hasil dari uji validitas r hitung dan r tabel yang dibandingkan dapat dilihat pada tabel 1. Hasil uji validitas, dengan keterangan kode yaitu PE1 artinya aplikasi Shopee sangat bermanfaat sebagai platform, PE2 artinya pengguna merasakan puas menggunakan aplikasi Shopee, PE3 artinya penggunaan aplikasi Shopee lebih efisien dibandingkan dengan aplikasi daring lainnya, PE4 artinya pengguna merasakan aplikasi Shopee lebih cepat prosesnya dari aplikasi daring lainnya, EE1 artinya aplikasi Shopee memudahkan pengguna dalam mempromosikan produk, EE2 artinya penggunaan aplikasi Shopee mudah untuk dipahami, EE3 artinya fitur dalam aplikasi Shopee mudah untuk dipelajari, EE4 artinya aplikasi Shopee layanan promosi lebih lengkap, SI1 artinya aplikasi Shopee menyertakan sebuah informasi yang tepat, SI2 artinya aplikasi Shopee menyajikan informasi relevan, SI3 artinya aplikasi shopee menyajikan informasi detail, SI4 artinya aplikasi Shoppe menyertakan format detail mengenai kebutuhan user dengan cermat, FC1 artinya Tampilan menu di aplikasi Shopee mudah dipahami, FC2 artinya Pengguna merasa nyaman dengan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Shopee, FC3 artinya Pengguna merasa nyaman dengan fitur-fitur, FC4 artinya pengguna merasakan aplikasi Shopee mendukung kebutuhan para penjual, Y1 artinya ada hubungan antara *Performance Expectancy* dengan pengaruh aplikasi Shopee dalam kepuasan pelanggan, Y2 artinya ada hubungan antara *Effort Expectancy* dengan pengaruh aplikasi Shopee dalam kepuasan pelanggan, Y3 artinya ada hubungan antara *Social Influence* dan *Facilitating Condition* dengan pengaruh aplikasi Shopee dalam kepuasan pelanggan.

Seluruh item memperlihatkan r perhitungan melebihi besaran daripada r *table* yang ditentukan berdasarkan tabel korelasi pearson *product moment* sehingga semua *item* dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas, bisa dilihat pada tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Batas Nilai	CA	Penjelasan
1.	PE	0.6	0.863	Reliabel
2.	EE	0.6	0.800	Reliabel
3.	SI	0.6	0.865	Reliabel
4.	FC	0.6	0.844	Reliabel
5.	Kepuasan Pengguna	0.6	0.653	Reliabel

Pengukuran konsistensi dari kuesioner yang merupakan indikator variabel diperlukan sehingga dilakukan uji reliabilitas. Reliabilitas membuktikan bahwa instrumen yang dipakai pada penelitian ini bisa diandalkan menjadi alat pengumpul data dan mampu mengungkapkan informasi faktual. Penerapan uji reliabilitas dilaksanakan melalui pemakaian *cronbach's alpha* (CA). Koefisien CA yang lebih besar dari 0,6 menyatakan keandalan instrumen.

*Output* hasil dari uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* untuk seluruh variabel lebih besar dari 0.6 pada tabel 2. *Output* ini menandakan seluruh variabel terbukti reliabel berdasarkan nilai *cronbach's alpha*.

C. Pengujian Hipotesis, bisa dilihat pada tabel 3 Hasil Analisis Uji F.

Uji F bertujuan dalam mengukur signifikansi secara bersamaan dengan variabel *independent* pada variabel *dependent*, apakah penelitian ini layak atau tidak. Kriteria yang menjadi model layak digunakan atau tidak adalah jika *significant f* < 0.05 disebutkan bahwa model ini layak dipakai dan jika sebaliknya model tidak layak digunakan. Didapatkan nilai *f* tabel dalam jumlah 2.619 dari rumus  $df_1 = 5 - 1 = 4$  ( $df_1 = k - 1$ ) bersama  $df_2 = 43 - 5 = 38$  ( $df_2 = n - k$ ).

Tabel 3 Hasil Analisis Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of squares (SS)	df	Mean Square (MS)	F	Significant
1.	Regression	160.494	4	40.123	13.378	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	113.971	38	2.999		
	SUM	274.465	42			
a. Variabel <i>Dependent</i> : Y						
b. Prediktor: (Konstan), X1, X2, X3, X4						

Berikut pada tabel 3 mengenai hasil analisis uji f, menghasilkan F hitung sebesar 13.378 dengan nilai signifikansi sebesar 0.001. Diketahui bahwa nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$  serta total f hitung (13.378) lebih besar ketimbang f tabel (2.619) sehingga model dianggap layak dipakai pada riset ini. Diperoleh bahwa model PE, EE, SI, FC mampu digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap kepuasan pengguna Shopee berdasarkan hasil yang didapat.

Penggunaan pengujian variabel PE, EE, SI, FC memakai uji statistik *t* untuk menguji hipotesis demi mendapatkan hasil pada pengaruh variabel *independent*, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* serta *facilitating condition* yang mempengaruhi variabel *dependent* yaitu kepuasan pengguna. Hipotesis menunjukkan dengan membandingkan t-hitung dan t-table beserta jumlah nilai signifikansi. Pada penelitian ini t-tabel bernilai 1.686 memakai rumus  $df = 43 - 5 = 38$  ( $df = n - k$ ) beserta taraf nyata sebesar 5% (0,05).

1) Hipotesis Pertama, bisa dilihat pada Tabel 4 Hasil Analisis Performance Expectancy Terhadap Y.

PE mengalami efek positif atau baik kepada kepuasan pelanggan *Shopee* ialah hipotesis pertama. Berikut merupakan hasil analisis uji t pada variabel *performance expectancy* sebagai variabel *independent* dan kepuasan pengguna sebagai variabel *dependent*.

Dengan hasil analisis uji t menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, ditemukan nilai t-hitung bernilai 6.718 serta nilai signifikansi 0.001. Didapatkan mengenai t-hitung lebih tinggi jika dibandingkan dengan t-tabel, yakni  $6.718 > 1.686$  beserta pula signifikansi lebih kecil, yaitu  $0.001 < 0.05$ . Maka dari itu hipotesis pertama bisa diterima dan berpengaruh positif dan signifikan.

Tabel 4 Hasil Analisis Performance Expectancy Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients (UC)		Standardized Coefficients (SC)	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	4.676	1.040		4.496	<,001
	X1	0.442	0.066	0.724	6.718	<,001

a. Variabel *Dependent*: Y

2) Hipotesis Kedua, bisa dilihat pada tabel 5 Hasil Analisis Effort Expectancy Terhadap Y

*Effort expectancy* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *Shopee* ialah hipotesis kedua. Berikut merupakan hasil analisis uji t pada variabel *effort expectancy* sebagai variabel *independent* dan kepuasan pengguna sebagai variabel *dependent*.

Dengan hasil analisis uji t menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, ditemukan nilai t-hitung bernilai 6.991 serta nilai signifikansi 0.001. Didapatkan mengenai t-hitung lebih tinggi jika dibandingkan dengan t-tabel, yakni  $6.991 > 1.686$  beserta pula signifikansi lebih kecil, yaitu  $0.001 < 0.05$ . Maka dari itu hipotesis pertama bisa diterima dan berpengaruh positif dan signifikan.

3) Hipotesis Ketiga, bisa di lihat pada tabel 6 Hasil Analisis Social Influence Terhadap Y.

*Social influence* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *Shopee* ialah hipotesis ketiga. Berikut merupakan hasil analisis uji t pada variabel *social influence* sebagai variabel *independent* dan kepuasan pengguna sebagai variabel *dependent*.

Tabel 5 Hasil Analisis Effort Expectancy Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients (UC)		Standardized Coefficients (SC)	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	3.074	1.223		2.514	.016
	X2	0.540	0.077	0.737	6.991	<,001

a. Variabel *Dependent*: Y

Tabel 6 Hasil Analisis Social Influence Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients (UC)		Standardized Coefficients (SC)	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	5.365	1.192		4.500	<,001
	X3	0.409	0.078	0.634	5.253	<,001

a. Variabel *Dependent*: Y

Dengan hasil analisis uji t menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, ditemukan nilai t-hitung bernilai 5.253 serta nilai signifikansi 0.001. Didapatkan mengenai t-hitung lebih tinggi jika membandingkan dengan t-tabel, yakni  $5.253 > 1.686$  beserta pula signifikansi lebih kecil, yaitu  $0.001 < 0.05$ . Maka dari itu hipotesis pertama bisa diterima dan berpengaruh positif dan signifikan.

Tabel 7 Hasil Analisis Facilitating Condition Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients (UC)		Standardized Coefficients (SC)	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	4.149	1.232		3.366	.002
	X4	0.468	0.077	0.688	6.065	<,001

a. Variabel *Dependent*: Y

4) Hipotesis Keempat, bisa dilihat pada tabel 7 Hasil Analisis *Facilitating Condition* Terhadap Y.

*Facilitating condition* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Shopee ialah hipotesis keempat. Berikut merupakan hasil analisis uji t pada variabel *facilitating condition* sebagai variabel *independent* dan kepuasan pengguna sebagai variabel *dependent*.

Dengan hasil analisis uji t menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, ditemukan nilai t-hitung bernilai 6.065 serta nilai signifikansi 0.001. Didapatkan mengenai t-hitung lebih tinggi jika membandingkan dengan t-tabel, yakni  $6.065 > 1.686$  beserta pula signifikansi lebih kecil, yaitu  $0.001 < 0.05$ . Maka dari itu hipotesis pertama bisa diterima dan berpengaruh positif dan signifikan.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator yang termasuk dalam variabel hasil model pengukuran menggunakan metode UTAUT adalah indikator valid yang mencerminkan variabel penelitian:

1. Ekspektasi Kinerja (PE) memiliki nilai t-hitung bernilai 6.718 mempunyai pengaruh positif dengan kepuasan pengguna Shopee. Hasil penelitian mempertunjukkan bahwa skor kepuasan pengguna Shopee adalah sudah merasa dengan menggunakan Shopee membantu, memotivasi, meningkatkan efektivitas, dan memudahkan melakukan kegiatan berbelanja dan meningkatkan efisiensi kerjanya.
2. Harapan Usaha (EE) memiliki nilai t-hitung bernilai 6.991 mempunyai hasil positif dengan kepuasan pengguna Shopee. Hasil yang didapat karena pengguna merasa mudah untuk memakai Shopee karena merasa mudah untuk berinteraksi dan dipelajari. Pengguna Shopee merasa Shopee sesuai pemakaian dan mudah dipahami untuk dipelajari.



3. Dampak Sosial (SI) memiliki nilai t-hitung bernilai 5.253 mempunyai hasil positif dengan kepuasan pengguna Shopee. Hal yang membuat pengguna Shopee berminat menggunakan Shopee karena ada faktor pengaruh dari pihak keluarga dan lingkungan, dan adanya dukungan dari lingkup tersebut.
4. Kondisi yang memfasilitasi (FC) memiliki nilai t-hitung bernilai 6.065 mempunyai hasil positif dengan kepuasan pengguna Shopee. Hal ini berarti pengguna Shopee mempunyai minat menggunakan Shopee karena adanya ketersediaan sumber kemampuan dan mempunyai *knowledge* yang baik dalam mengeksplorasi aplikasi *Shopee*.

## 5. SARAN

Selanjutnya, berikut saran yang peneliti berikan guna penelitian seterusnya:

1. Riset selanjutnya diharapkan dapat memberikan tambahan karakter-karakter narasumber lebih dalam lagi seperti *gender*, *hobby*, dan lain-lain.
2. Penggunaan variabel lainnya antara lain pengaruh aplikasi Shoppe terhadap peningkatan penjualan UMKM.
3. Lebih baik lagi jika nantinya narasumber bisa dari berbagai profesi bukan hanya mahasiswa tapi bisa juga dosen, guru dan lainnya, agar riset ini bisa lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Herlina, J. Loisa, and T. D. Mulyana, "Dampak Flash Sale Countdown Timer di Marketplace Online pada Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Intervening," *J. Digismantech*, vol. 1, no. 1, pp. 11–17, 2021, doi: 10.30813/digismantech.v1i1.2616.g2076.
- [2] D. Y. Bernanda, A. Yohanes, J. S. Seputro, and J. F. Andry, "Analisis Sistem Krs Online Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Xyz Menggunakan Metode UTAUT," *J. Teknoinfo*, vol. 13, no. 2, p. 124-130, 2019, doi: 10.33365/jti.v13i2.237.
- [3] Herlina, D. Widyaningrum, and G. Theotista, "Tipologi Financial Technology Paylater: Technology Acceptance Model (TAM)," *Formosa J. Multidiscip. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 207–216, Jan. 2023, doi: 10.55927/fjmr.v2i1.2417.
- [4] Herlina and D. Widyaningrum, "Menakar Kecenderungan Perilaku Impulse Buying Belanja Online Generasi Millennial pada Masa Covid-19," *Formosa J. Multidiscip. Res.*, vol. 1, no. 3, pp. 481–492, 2022, doi: 10.55927.
- [5] Herlina, J. Loisa, and T. M. S. Mulyana, "Pengaruh Model Promosi Flash Sale terhadap Minat Pembeli dan Keputusan Pembeli di Marketplace Online," *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akutansi)*, vol. 5, no. 2, pp. 1–16, 2021, doi: <https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1139>.
- [6] I. Sidharta and B. Suzanto, "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce," *J. Comput. Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 23–36, 2015.
- [7] D. I. Christiono and R. K. M. R. Brahmana, "Analisis Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Behavior Intention pada Online Marketplace," *Agora*, vol. 6, no. 2, pp. 1–6, 2018.

- [8] H. Moerti, S. A. Endang, and I. Suyadi, "Analisis Pengaruh Variabel-Variabel Pada Model UTAUT Yang Dimodifikasi Terhadap Penggunaan Website eCommerce," *J. Spirit STMIK Yadika J. Comput. Cybern. Syst.*, vol. 7, no. 1, pp. 36–47, 2015.
- [9] Wilsen, E. Y. Gunawan, Jessica, and J. F. Andry, "Analisa Tingkat Persepsi Konsumen Terhadap Faktor Penentu Penggunaan Sistem Pembayaran Elektronik Pada Tokopedia," *J. Appl. Informatics Comput.*, vol. 2, no. 2, pp. 38–45, 2018, doi: 10.30871/jaic.v2i2.1023.
- [10] J. F. Andry, Herlina, and F. M. Susanto, "Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM)," *J. Technol. Informatics*, vol. 4, no. 2, pp. 63–68, Apr. 2023, doi: 10.37802/joti.v4i2.318.
- [11] R. Piarna and F. Fathurohman, "Adopsi E-Commerce Pada Umkm Di Kota Subang Menggunakan Model UTAUT," *J. Ilm. Ilmu dan Teknol. Rekayasa*, vol. 2, no. 1, pp. 125–132, 2019, doi: 10.31962/jiitr.v2i1.13.
- [12] R. A. Putri and H. M. Jumhur, "Peminat Aplikasi Blibli.com dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)," *J. Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 16–23, 2019.
- [13] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead," *J. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 17, no. 5, 2016.
- [14] A. Hormati, "Pengujian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Dalam Pemanfaatan Sistem Informasi Keuangan Daerah," *J. Akunt. Multiparadigma*, vol. 3, no. 1, pp. 1–24, 2012.
- [15] M. Indah and H. Agustin, "Penerapan Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang," *J. Eksplor. Akunt.*, vol. 1, no. 4, pp. 1949–1967, 2019, doi: 10.24036/jea.v1i4.188.
- [16] M. Muttaqin and Prihandoko, "Analisa Pemanfaatan Sistem Informasi E-Office Pada Universitas Pembangunan Panca Budi Medan Dengan Menggunakan Metode UTAUT," *J. Tek. Dan Inform.*, vol. 5, no. 1, pp. 40–43, 2018.
- [17] L. F. S. Putri and I. Mahendra, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)," *J. Pilar Nusa Mandiri*, vol. 13, no. 1, pp. 136–144, 2017.
- [18] D. Patmalasari and A. D. Indriyanti, "Analisis Kepuasan Pengguna Layanan Aplikasi MyTelkomsel dengan Menggunakan Model UTAUT," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 02, no. 02, pp. 37–45, 2021.
- [19] L. D. Oktaviana, Z. Rifa, and K. Utami, "Analisis Penerapan Sistem KRS Online Terhadap Kepuasan Mahasiswa STMIK Amikom Purwokerto Menggunakan Metode UTAUT," *Citisee*, vol. 13, no. 2, pp. 258–263, 2017.

- 
- [20] N. Khoirunniswah, Kraugusteeliana, and A. Muliawati, “Evaluasi Penerimaan dan Penggunaan Dalam Kepuasan User terhadap Aplikasi Simlitabmas UPN ‘Veteran’ Jakarta Menggunakan Pendekatan Model Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT),” *Semin. Nas. Mhs. Ilmu Komput. dan Apl.*, vol. 8, no. 3, pp. 156–166, 2021.
- [21] V. H. Pranatawijaya, W. Widiatry, R. Priskila, and P. B. A. A. Putra, “Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online,” *J. Sains dan Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 128–137, 2019, doi: 10.34128/jsi.v5i2.185.