

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP ANTARMUKA DAN PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI E-COMMERCE TOKOPEDIA DAN SHOPEE: PENDEKATAN *END USER COMPUTING SATISFACTION* (EUCS)

Muhammad Dhafa Faiz Hawadi, Popong Setiawati

Sistem Informasi, Universitas Esa Unggul
dafafaiz45@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia yang semakin pesat mendorong pentingnya evaluasi terhadap kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna pada platform digital. Meskipun Tokopedia dan Shopee merupakan dua platform e-commerce dengan jumlah pengguna yang besar, perbedaan karakteristik antarmuka dan pengalaman pengguna berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Tokopedia dan Shopee menggunakan model End-User Computing Satisfaction (EUCS). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode komparatif berbasis survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden yang pernah menggunakan kedua aplikasi dan berusia minimal 17 tahun. Tingkat kepuasan diukur berdasarkan lima dimensi EUCS, yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness. Hasil uji normalitas Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Wilcoxon Signed Rank Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna yang signifikan antara Tokopedia dan Shopee pada seluruh dimensi EUCS ($p > 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa kedua platform memiliki kualitas sistem dan pengalaman pengguna yang relatif setara berdasarkan persepsi pengguna.

Kata Kunci: EUCS, e-commerce, kepuasan pengguna, Tokopedia, Shopee.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan internet telah mendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Berdasarkan laporan Digital 2024 yang diterbitkan oleh We Are Social dan Meltwater, sekitar 64% pengguna internet di Indonesia melakukan transaksi e-commerce setiap bulan [13].

Selain itu, laporan SimilarWeb menunjukkan bahwa Shopee dan Tokopedia merupakan dua platform e-commerce dengan jumlah kunjungan terbesar di Indonesia [12].

Tingginya jumlah pengguna kedua platform menjadikan kualitas sistem dan pengalaman pengguna sebagai faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pengguna.

Meskipun Tokopedia dan Shopee menawarkan fungsi utama yang relatif serupa, masing-masing platform memiliki karakteristik antarmuka dan pengalaman pengguna yang berbeda. Perbedaan tersebut berpotensi memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas sistem yang digunakan. Dalam lingkungan persaingan digital yang semakin kompetitif, kepuasan pengguna menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu aplikasi e-commerce [4].

Salah satu model yang banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna adalah End-User Computing Satisfaction (EUCS) yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh [3].

Model ini mengukur kepuasan pengguna berdasarkan lima dimensi utama, yaitu content,

accuracy, format, ease of use, dan timeliness. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa model EUCS efektif digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pengguna pada berbagai aplikasi digital dan platform e-commerce [4], [5].

Beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan model EUCS untuk mengukur kepuasan pengguna pada Tokopedia maupun Shopee. Andrika et al. [1] menemukan bahwa pengguna Tokopedia menunjukkan tingkat kepuasan yang baik pada seluruh dimensi EUCS. Sementara itu, Prabawanti dan Sihombing [2] serta Kartikasari dan Suyatno [8] menunjukkan bahwa pengguna Shopee juga memiliki tingkat kepuasan yang tinggi berdasarkan model EUCS. Selain itu, penelitian Dewi et al. [11] menunjukkan bahwa kedua platform memiliki kualitas UI/UX yang kompetitif berdasarkan evaluasi heuristik dan EUCS.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada satu platform tertentu atau menggunakan kelompok responden yang berbeda. Penelitian komparatif yang membandingkan Tokopedia dan Shopee menggunakan responden yang sama masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Tokopedia dan Shopee menggunakan model EUCS dengan pendekatan data berpasangan (paired data). Analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji normalitas Shapiro-Wilk, dan Wilcoxon Signed Rank Test untuk mengidentifikasi perbedaan tingkat kepuasan pengguna berdasarkan lima dimensi EUCS.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna pada platform e-commerce menggunakan metode End-User Computing Satisfaction (EUCS). Andrika et al. [1] melakukan pengukuran tingkat kepuasan pengguna Tokopedia dan menemukan bahwa seluruh dimensi EUCS berada pada kategori memuaskan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem Tokopedia telah mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi secara efektif.

Penelitian oleh Prabawanti dan Sihombing [2] menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi e-commerce menggunakan metode EUCS dan fulfillment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa dimensi EUCS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kualitas layanan memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pengguna.

Kurniasih dan Pibriana [5] menggunakan metode EUCS untuk mengevaluasi kepuasan pengguna aplikasi belanja online berbasis mobile. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pengguna.

Selain itu, Handayani et al. [4] juga menunjukkan bahwa model EUCS efektif digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna pada berbagai layanan digital karena mampu mengevaluasi kualitas informasi dan kualitas sistem secara komprehensif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Kartikasari dan Suyatno [8] mengukur kepuasan pengguna fitur Live Shopping pada aplikasi Shopee menggunakan metode EUCS dan PIECES. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna memberikan penilaian positif terhadap kualitas sistem yang digunakan. Sementara itu, Dewi et al. [11] melakukan perbandingan UI/UX antara Tokopedia dan Shopee menggunakan metode Heuristic Evaluation dan EUCS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua platform memiliki kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna yang kompetitif.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, sebagian besar penelitian masih berfokus pada satu platform tertentu atau mengevaluasi aspek kepuasan pengguna secara terpisah. Penelitian yang membandingkan tingkat kepuasan pengguna antara Tokopedia dan Shopee menggunakan responden yang sama masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk membandingkan tingkat kepuasan pengguna terhadap kedua platform menggunakan model EUCS dengan pendekatan data berpasangan (paired data), sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih objektif mengenai

perbedaan tingkat kepuasan pengguna antara Tokopedia dan Shopee.

2.2. Model End-User Computing Satisfaction (EUCS)

Model EUCS diperkenalkan oleh Doll dan Torkzadeh pada tahun 1988 untuk mengukur kepuasan pengguna akhir terhadap sistem informasi [3]. Model ini menempatkan kepuasan pengguna sebagai fungsi dari lima dimensi utama. Dimensi *content* berkaitan dengan kelengkapan dan relevansi informasi yang disediakan sistem. *Accuracy* merujuk pada ketepatan dan keandalan informasi. *Format* menggambarkan bagaimana informasi disajikan secara visual. *Ease of use* mencerminkan kemudahan pengguna dalam mengoperasikan sistem, sedangkan *timeliness* berkaitan dengan kecepatan sistem dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan [3][6].

Handayani et al. [4] menjelaskan bahwa EUCS mampu merepresentasikan aspek-aspek utama yang memengaruhi persepsi kepuasan pengguna. Kurniasari dan Pibriana [5] menegaskan bahwa EUCS sangat relevan digunakan dalam penelitian aplikasi e-commerce karena dimensinya selaras dengan ekspektasi pengguna dalam bertransaksi daring.

2.3. Kepuasan Pengguna pada Aplikasi E-Commerce

Kualitas antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan aplikasi e-commerce. Harahap et al. [7] menunjukkan bahwa desain antarmuka yang terlalu padat dan tidak intuitif dapat menghambat navigasi pengguna. Dewi dan Rachman [1] mengungkapkan bahwa ketidakakuratan informasi produk serta inkonsistensi tampilan sering menurunkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

Rizki dan Setiawan [2] menyatakan bahwa gangguan teknis seperti error aplikasi dan waktu muat yang lama berdampak langsung pada penurunan minat pengguna untuk melanjutkan transaksi.

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji kepuasan pengguna Tokopedia atau Shopee secara terpisah. Andrika et al. [8] mengukur kepuasan pengguna Tokopedia menggunakan EUCS dan menemukan bahwa seluruh dimensi berada pada kategori puas. Prabawanti dan Sihombing [9] menganalisis pengaruh EUCS terhadap kepuasan pengguna Shopee dengan hasil serupa. Namun, studi komparatif yang menggunakan desain berpasangan sehingga memungkinkan perbandingan langsung pada responden yang sama masih terbatas, dan di sinilah letak novelty penelitian ini.

Selain penelitian yang berfokus pada Tokopedia dan Shopee secara terpisah, beberapa penelitian lain juga telah menerapkan model End-User Computing Satisfaction (EUCS) pada berbagai aplikasi digital dan e-commerce.

Kurniasari dan Pibriana [5] menemukan bahwa dimensi content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model EUCS mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persepsi pengguna terhadap kualitas sistem.

Penelitian lain oleh Handayani et al. [4] juga menunjukkan bahwa model EUCS efektif digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna pada berbagai layanan digital karena mampu mengevaluasi kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu penyajian informasi secara bersamaan.

Prabawanti dan Sihombing [9] menemukan bahwa pengguna Shopee menunjukkan tingkat kepuasan yang baik pada sebagian besar dimensi EUCS. Sementara itu, Andrika et al. [8] melaporkan bahwa pengguna Tokopedia juga memberikan penilaian positif terhadap kualitas sistem yang disediakan. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua platform memiliki kualitas layanan yang baik berdasarkan persepsi pengguna. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih mengevaluasi masing-masing platform secara terpisah sehingga belum memberikan gambaran yang objektif mengenai perbandingan tingkat kepuasan pengguna antara Tokopedia dan Shopee.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini memiliki posisi yang berbeda karena menggunakan pendekatan komparatif dengan desain berpasangan (paired data), di mana responden yang sama memberikan penilaian terhadap kedua aplikasi. Pendekatan ini memungkinkan perbandingan yang lebih objektif dan dapat mengurangi pengaruh perbedaan karakteristik responden dalam proses evaluasi kepuasan pengguna.

2.4. Wilcoxon Signed Rank Test

Wilcoxon Signed Rank Test merupakan uji non-parametrik yang digunakan untuk membandingkan dua sampel berpasangan ketika asumsi normalitas tidak terpenuhi [10].

Pengujian ini mempertimbangkan besaran dan arah perbedaan antara pasangan data, sehingga lebih informatif dibandingkan uji tanda biasa. Metode ini dipilih dalam penelitian ini karena data berpasangan berasal dari responden yang sama dan distribusi data selisih skor tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode komparatif untuk membandingkan tingkat kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia dan Shopee berdasarkan model End-User Computing Satisfaction (EUCS). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran dan analisis data numerik yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Tokopedia dan Shopee di Indonesia. Teknik

pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, pernah menggunakan kedua aplikasi, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 orang. Penggunaan responden yang sama untuk menilai kedua aplikasi menghasilkan data berpasangan (paired data), sehingga memungkinkan perbandingan yang lebih objektif antara Tokopedia dan Shopee.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan model End-User Computing Satisfaction (EUCS) yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh [3].

Model EUCS terdiri atas lima dimensi utama, yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness. Setiap dimensi diukur menggunakan beberapa indikator pernyataan yang disusun dalam bentuk skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Instrumen dinyatakan layak digunakan apabila memenuhi kriteria valid dan reliabel.

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan tingkat kepuasan pengguna pada masing-masing dimensi EUCS. Tahap kedua adalah uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk untuk mengetahui distribusi data. Karena hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Wilcoxon Signed Rank Test sebagai metode utama. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil pengujian digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna yang signifikan antara aplikasi Tokopedia dan Shopee pada setiap dimensi EUCS maupun pada tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Alur penelitian dimulai dari identifikasi masalah, penyusunan instrumen penelitian berdasarkan dimensi EUCS, pengumpulan data melalui kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, analisis statistik deskriptif, uji normalitas, pengujian hipotesis menggunakan Wilcoxon Signed Rank Test, hingga penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang diperoleh.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Dari 150 responden, kelompok usia 17-20 tahun dan 21-25 tahun masing-masing berjumlah 59 responden (39,3%). Kelompok usia 26-30 tahun berjumlah 30 responden (20,0%) dan usia 36 tahun ke atas sebanyak 2 responden (1,3%). Distribusi ini

menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok remaja akhir hingga dewasa muda yang merupakan segmen pengguna aktif e-commerce.

4.2. Validitas dan Reliabilitas

Seluruh butir pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi Pearson di atas r -tabel. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh dimensi EUCS memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimal yang disyaratkan, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur kepuasan pengguna pada kedua aplikasi.

4.3. Statistik Deskriptif

Secara keseluruhan kedua aplikasi memperoleh penilaian kategori cukup hingga baik. Pada tabel 1 merangkum nilai rata-rata per dimensi EUCS pada Tokopedia dan Shopee. Pada Tokopedia, dimensi *content* menunjukkan nilai mean per indikator antara 3,10-3,19; dimensi *accuracy* 2,91-2,98; dimensi *format* 2,97-3,09; dimensi *ease of use* 2,98-3,08; dan dimensi *timeliness* 3,013,11. Pada Shopee, dimensi *accuracy* menunjukkan mean per indikator antara 2,93-3,11. Secara keseluruhan, kedua aplikasi memperoleh penilaian dalam kategori cukup hingga baik pada seluruh dimensi EUCS.

Tabel 1. Rata-Rata Skor Dimensi EUCS Tokopedia dan Shopee (N = 150)

Dimensi	Mean Tokopedia	Mean Shopee
<i>Content</i>	3,10-3,19	-
<i>Accuracy</i>	2,91-2,98	2,93-3,11
<i>Format</i>	2,97-3,09	-
<i>Ease of Use</i>	2,98-3,08	-
<i>Timeliness</i>	3,01-3,11	-

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, seluruh dimensi EUCS pada Tokopedia dan Shopee memperoleh nilai rata-rata yang berada pada kategori cukup baik hingga baik. Perbedaan nilai rata-rata yang ditemukan pada masing-masing dimensi relatif kecil, sehingga secara umum kedua aplikasi menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang seimbang. Temuan ini mengindikasikan bahwa baik Tokopedia maupun Shopee telah mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam aspek kualitas informasi, kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, serta ketepatan waktu penyajian informasi.

4.4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap data selisih skor kepuasan antara Tokopedia dan Shopee menggunakan uji Shapiro-Wilk. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($< 0,05$), yang berarti data selisih skor tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil tersebut, pengujian hipotesis utama dilakukan menggunakan metode non-parametrik, yaitu Wilcoxon Signed Rank Test.

4.5. Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Tabel 2 merangkum hasil uji Wilcoxon Signed Rank Test untuk seluruh dimensi EUCS dan variabel kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Tabel 2. Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test per Dimensi EUCS

Dimensi	Sig. (2-tailed)	Keputusan
<i>Content</i>	0,654	H ₀ diterima
<i>Accuracy</i>	0,561	H ₀ diterima
<i>Format</i>	0,091	H ₀ diterima
<i>Ease of Use</i>	0,558	H ₀ diterima
<i>Timeliness</i>	0,166	H ₀ diterima
Kepuasan Keseluruhan	0,161	H ₀ diterima

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh dimensi memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Pada dimensi *content* ($p = 0,654$), tidak terdapat perbedaan signifikan dalam persepsi pengguna terhadap kualitas dan kelengkapan informasi yang disajikan oleh Tokopedia dan Shopee. Dimensi *accuracy* ($p = 0,561$) juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan; pengguna menilai tingkat keakuratan informasi pada kedua aplikasi relatif setara. Dimensi *format* ($p = 0,091$), meskipun nilai p -nya paling mendekati batas signifikansi, tetap tidak memenuhi kriteria untuk menolak H₀. Pada dimensi *ease of use* ($p = 0,558$) dan *timeliness* ($p = 0,166$), tidak ditemukan bukti statistik yang menunjukkan perbedaan nyata dalam kemudahan navigasi maupun kecepatan respons sistem. Secara keseluruhan, variabel kepuasan pengguna juga tidak menunjukkan perbedaan signifikan ($p = 0,161$).

Hasil uji *paired sample t-test* sebagai analisis pembandingan konsisten dengan temuan Wilcoxon; seluruh dimensi menunjukkan $p > 0,05$. Konsistensi antara kedua metode memperkuat kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna yang signifikan antara kedua aplikasi. Meskipun demikian, pada level indikator individual, beberapa butir menunjukkan perbedaan signifikan: satu indikator pada dimensi *content* ($p = 0,031$), dua indikator pada *format* ($p = 0,003$ dan $0,014$), dua indikator pada *timeliness* ($p = 0,038$ dan $0,022$), serta dua indikator pada variabel kepuasan ($p = 0,037$ dan $0,006$). Perbedaan ini dapat diinterpretasikan sebagai variasi persepsi spesifik pengguna, bukan sebagai perbedaan kualitas sistem yang menyeluruh.

Berdasarkan hasil pengujian seluruh dimensi EUCS, tidak ditemukan bukti statistik yang menunjukkan adanya perbedaan tingkat kepuasan pengguna antara Tokopedia dan Shopee. Oleh karena itu, analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami implikasi hasil tersebut terhadap persepsi pengguna terhadap kedua platform.

4.6. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna yang

signifikan antara aplikasi Tokopedia dan Shopee berdasarkan lima dimensi End-User Computing Satisfaction (EUCS), yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness. Hasil pengujian Wilcoxon Signed Rank Test menunjukkan bahwa seluruh dimensi memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan tingkat kepuasan pengguna antara kedua aplikasi tidak dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa Tokopedia dan Shopee memiliki kualitas sistem yang relatif setara berdasarkan persepsi pengguna.

Pada dimensi content, pengguna menilai bahwa informasi yang disajikan oleh kedua aplikasi telah mampu memenuhi kebutuhan mereka. Informasi mengenai produk, harga, spesifikasi, serta ulasan pengguna dianggap cukup lengkap dan relevan untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Tidak ditemukannya perbedaan yang signifikan menunjukkan bahwa kedua platform telah berhasil menyediakan kualitas informasi yang sesuai dengan harapan pengguna.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Andrika et al. [1] yang menunjukkan bahwa kualitas informasi pada aplikasi Tokopedia berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pengguna. Pada dimensi accuracy, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang relatif sama terhadap informasi yang ditampilkan oleh Tokopedia maupun Shopee. Informasi yang berkaitan dengan harga, stok produk, status transaksi, dan detail pesanan dinilai cukup akurat sehingga mampu mendukung aktivitas pengguna selama menggunakan aplikasi. Kesamaan persepsi pada dimensi ini mengindikasikan bahwa kedua platform telah menerapkan pengelolaan informasi yang baik untuk menjaga kepercayaan pengguna.

Pada dimensi format, terdapat perbedaan nilai rata-rata pada beberapa indikator, meskipun secara statistik tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki preferensi yang berbeda terhadap tampilan visual, tata letak informasi, dan desain antarmuka yang digunakan oleh masing-masing aplikasi. Namun demikian, perbedaan tersebut tidak cukup besar untuk memengaruhi tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa baik Tokopedia maupun Shopee telah mampu menghadirkan antarmuka yang mudah dipahami dan nyaman digunakan oleh pengguna.

Pada dimensi ease of use, kedua aplikasi memperoleh penilaian yang relatif seimbang. Pengguna menilai bahwa proses pencarian produk, penggunaan fitur, dan penyelesaian transaksi dapat dilakukan dengan mudah pada kedua platform. Tidak adanya perbedaan signifikan menunjukkan bahwa Tokopedia dan Shopee telah berhasil mengembangkan sistem yang intuitif dan mudah digunakan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Kurniasih dan Pibriana [5] yang menyatakan bahwa kemudahan

penggunaan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna aplikasi digital. Pada dimensi timeliness, pengguna menilai bahwa kedua aplikasi mampu memberikan layanan yang cepat dan responsif. Kecepatan dalam memuat informasi, memperbarui status transaksi, dan menyampaikan notifikasi telah memenuhi ekspektasi pengguna. Walaupun terdapat perbedaan nilai rata-rata pada beberapa indikator, hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa perbedaan tersebut tidak cukup kuat untuk menunjukkan keunggulan yang signifikan dari salah satu platform.

Selain analisis pada tingkat dimensi, penelitian ini juga menemukan bahwa beberapa indikator individual menunjukkan perbedaan yang signifikan. Namun demikian, jumlah indikator yang berbeda relatif sedikit dibandingkan keseluruhan indikator yang diuji. Oleh karena itu, perbedaan tersebut lebih mencerminkan variasi persepsi pengguna terhadap fitur tertentu daripada menunjukkan adanya perbedaan kualitas sistem secara menyeluruh antara Tokopedia dan Shopee.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa model EUCS efektif digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pengguna pada aplikasi digital [4]. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dewi et al. [11] yang menunjukkan bahwa Tokopedia dan Shopee memiliki kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna yang kompetitif. Perbedaan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan desain berpasangan (paired data), sehingga setiap responden memberikan penilaian terhadap kedua aplikasi secara langsung. Pendekatan tersebut memungkinkan perbandingan yang lebih objektif karena mengurangi pengaruh perbedaan karakteristik responden.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Tokopedia dan Shopee telah mencapai tingkat kualitas sistem yang relatif setara berdasarkan persepsi pengguna. Oleh karena itu, preferensi pengguna dalam memilih salah satu platform kemungkinan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diukur dalam model EUCS, tetapi juga oleh faktor lain seperti promosi, harga produk, variasi produk, kualitas layanan, program loyalitas, dan kebiasaan penggunaan yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membandingkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi e-commerce Tokopedia dan Shopee menggunakan model EUCS pada 150 responden dengan desain berpasangan. Hasil uji Wilcoxon Signed Rank Test menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna yang signifikan antara kedua aplikasi pada seluruh dimensi EUCS *content* ($p = 0,654$), *accuracy* ($p = 0,561$), *format* ($p = 0,091$), *ease of use* ($p = 0,558$), *timeliness* ($p = 0,166$) maupun pada variabel kepuasan

secara keseluruhan ($p = 0,161$). Hasil ini dikonfirmasi oleh uji paired sample t-test. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua platform telah mencapai standar kualitas pengalaman pengguna yang relatif seimbang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel di luar model EUCS seperti kepercayaan pengguna dan kualitas layanan purna jual, serta mempertimbangkan penggunaan metode campuran (*mixed methods*) untuk menggali alasan di balik persepsi pengguna secara lebih mendalam. Pengembang aplikasi disarankan melakukan evaluasi berkala pada indikator yang menunjukkan selisih deskriptif lebih besar, terutama pada dimensi *format* dan *timeliness*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. A. P. Andrika, I. P. Ramayasa, and I. E. B. Pramesti, "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna E-Commerce: Tokopedia Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Studi Kasus: Mahasiswa ITB STIKOM Bali Jimbaran)," *Innovative: Journal of Social Science Research*, vol. 4, no. 2, pp. 9053–9065, 2024.
- [2] R. Prabawanti and D. J. C. Sihombing, "Analysis of Factors Affecting User Satisfaction of E-Commerce Applications Using End User Computing Satisfaction and Fulfillment Methods," *Information System and Informatics Journal*, vol. 5, no. 2, pp. 1–12, 2023.
- [3] W. J. Doll and G. Torkzadeh, "The Measurement of End-User Computing Satisfaction," *MIS Quarterly*, vol. 12, no. 2, pp. 259–274, 1988.
- [4] P. W. Handayani et al., "Measuring User Satisfaction of Digital Applications Using EUCS Model," *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, vol. 7, no. 1, pp. 12–20, 2021.
- [5] I. Kurniasih and D. Pibriana, "Pengaruh Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online Berbasis Mobile Menggunakan Metode EUCS," *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 2021.
- [6] W. J. Doll and G. Torkzadeh, "A Confirmatory Factor Analysis of the End-User Computing Satisfaction Instrument," *MIS Quarterly*, vol. 18, no. 4, pp. 453–461, 1994.
- [7] D. Nilasari et al., "Analisa Perbandingan User Interface dan User Experience Shopee dan Tokopedia Menggunakan Metode Heuristic Evaluation dan End User Computing Satisfaction," *Jurnal IPSIKOM*, vol. 12, no. 1, 2024.
- [8] R. A. Kartikasari and D. F. Suyatno, "Analysis of User Satisfaction Live Shopping of the Shopee Application Using End User Computing Satisfaction (EUCS) and PIECES Methods," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, vol. 4, no. 2, pp. 146–155, 2023.
- [9] M. Z. Yang, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode EUCS," *Jurnal Informatics and Computer Engineering*, vol. 3, no. 2, pp. 45–55, 2022.
- [10] M. Hollander, D. A. Wolfe, and E. Chicken, *Nonparametric Statistical Methods*, 3rd ed. Hoboken, NJ, USA: Wiley, 2014.
- [11] D. N. Dewi et al., "Perbandingan UI/UX Aplikasi Tokopedia dan Shopee Menggunakan Metode Heuristik dan EUCS," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 14, no. 2, pp. 78–89, 2024.
- [12] SimilarWeb, "Indonesia E-Commerce Market Overview," 2024.
- [13] We Are Social and Meltwater, "Digital 2024: Indonesia," 2024.
- [14] N. Pramudibyo, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Redbus Dengan Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 12, no. 2, 2024.
- [15] A. I. Pratiwi, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi ShopeePay Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)," *Repository Universitas BSI*, 2024.