

Analisis Usability Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode SUS Dan UTAUT2 (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Hasanuddin)

¹Nur Aisyah S*, ²Eliyah Acantha Manapa Sampetoding, ³Jeffry Kusuma, ⁴Jeriko Gormantara

^{1,2,3,4}Universitas Hasanuddin, Indonesia.

Jl. Perintis Kemerdekaan No.KM.10, Tamalanrea Indah, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan; e-mail: aisyahsahar03@gmail.com¹, elijahacantha@unhas.ac.id², jeffry.kusuma@unhas.ac.id³, jerikogormantara@unhas.ac.id⁴

(Received: Mei 2025, Revised: Agustus 2025, Accepted: Oktober 2025)

Abstract— Background. Shopee is the leading e-commerce platform in Indonesia with the largest number of active users. However, in order to remain competitive, the Shopee application still needs various optimizations in terms of usability. Purpose. This study aims to analyze user perceptions of Shopee's usability using the SUS method, as well as identify factors that affect user satisfaction through UTAUT2. Method. This study uses the System Usability Scale (SUS) and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) methods. This study involved 190 respondents from Hasanuddin University students from 16 faculties. Result. The results of the evaluation using the System Usability Scale method showed a score of 68.58, which is included in the Marginal (High) category with a grade scale of D and is in the GOOD range. Analysis using the UTAUT2 model showed that the variable with the greatest influence was Habit (87.47%), followed by Effort Expectancy (85.16%) and Behavior Intention (82.74%). Meanwhile, the variable with the lowest influence was Social Influence (73.26%), followed by Facilitating Condition (78.32%) and Price Value (79.05%). Conclusion. This research shows that users accept Shopee as a useful application, providing convenience, and a pleasant experience in its use.

Keyword: Usability, Shopee Application, Hasanuddin University Students, SUS Method, UTAUT2 Model

Intisari— Latar Belakang. Shopee merupakan platform e-commerce terkemuka di Indonesia dengan jumlah pengguna aktif terbanyak. Namun, agar tetap kompetitif, aplikasi Shopee masih memerlukan berbagai pengoptimalan dalam aspek usability. Tujuan. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi pengguna terhadap usability Shopee dengan metode SUS, serta mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna melalui UTAUT2. Metode. Penelitian ini menggunakan metode System Usability Scale (SUS) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Penelitian ini melibatkan 190 responden dari mahasiswa Universitas Hasanuddin yang berasal dari 16 fakultas. Hasil. Hasil evaluasi menggunakan metode System Usability Scale menunjukkan skor 68,58, yang termasuk dalam kategori Marginal (High) dengan grade scale D dan berada dalam rentang GOOD. Analisis menggunakan model UTAUT2 menunjukkan bahwa variabel dengan pengaruh terbesar adalah Habit (87,47%), diikuti oleh Effort Expectancy (85,16%) dan Behavior Intention (82,74%). Sementara itu, variabel dengan pengaruh terendah adalah Social Influence (73,26%), diikuti oleh Facilitating Condition (78,32%) dan Price Value (79,05%). Kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna menerima Shopee sebagai aplikasi yang bermanfaat, memberikan kemudahan, serta pengalaman yang menyenangkan dalam penggunaannya.

Kata Kunci: Usability, Aplikasi Shopee, Mahasiswa Universitas Hasanuddin, Metode SUS, Model UTAUT2

I. PENDAHULUAN

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 yang saat ini banyak diminati adalah Shopee (Idris et al., 2023).

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 mengikuti dan memahami perkembangan teknologi, termasuk dalam perilaku konsumtif mereka. Usia 15-34 tahun mendominasi 80% pengguna e-commerce di Indonesia, menjadikan mahasiswa sebagai target yang tepat untuk penelitian ini (Adieb et al., 2024). Dengan mengkaji usability aplikasi Shopee, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas aplikasi mereka guna memenuhi kebutuhan pengguna dan memperkuat posisinya di pasar e-commerce Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan platform belanja online yang sangat pesat. Menurut Idris et al. (2023), sebagian besar masyarakat Indonesia telah melakukan transaksi belanja secara daring melalui berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak. Fenomena ini tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi internet dan kemajuan teknologi digital di Indonesia, yang turut mendorong munculnya berbagai marketplace baru.

Popularitas Shopee sebagai Platform E-Commerce

Shopee menjadi salah satu platform e-commerce yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Tumanggor et al. (2022), Shopee mencatat jumlah pengguna aktif harian sebanyak 28,35 juta, jauh melampaui pesaingnya seperti Tokopedia dan Lazada. Dalam indikator frekuensi belanja,

Shopee juga mencatat angka tertinggi dengan rata-rata 5,44 kali transaksi per bulan. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan dan ketergantungan masyarakat terhadap platform tersebut.

Usability dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan

Usability atau kemudahan penggunaan aplikasi menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Adieb et al. (2024) menegaskan bahwa kualitas website Shopee, termasuk aspek usability, berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Fathima Zahra et al. (2024) menunjukkan hasil serupa, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Riau, di mana kualitas usability memiliki kontribusi penting terhadap persepsi positif pengguna terhadap aplikasi.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Instrumen Penelitian

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

1. Kuesioner

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).

a. Kuesioner SUS (*System Usability Scale*)

Kuesioner SUS dirancang untuk mengukur persepsi pengguna terhadap *usability* aplikasi Shopee.

Tabel 1. 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.					

Q4	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan sistem ini.						
Q5	Saya merasa fitur-fitur sistem ini berjalan 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.						

b. 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.

Tabel 2. Variabel dan Pernyataan Kuesioner UTAUT2

No	Variabel	Pernyataan	S	T	N	S	S
Q11	<i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi)	Penggunaan aplikasi Shopee memungkinkan saya mendapatkan					

	asi Kinerja)	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.					
Q14	<i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi yang Mendukung)	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	Use Behavior (Perilaku Penggunaa-an)	Saya sering menggunakan layanan aplikasi Shopee.					

2. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini digunakan skala likert sebagai berikut:

1. Sangat positif/sangat setuju/selalu, diberi nilai 5
2. Positif/setuju/sering, diberi nilai 4
3. Netral/Cukup Setuju, diberi nilai 3
4. Negatif/tidak setuju/hampir tidak pernah, diberi nilai 2.
5. Sangat negatif/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.

Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data yang diperlukan telah dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah melakukan pengolahan dan analisis data untuk mendapatkan hasil serta kesimpulan dari semua informasi yang diperoleh dari responden. Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam proses pengolahan dan analisis data pada penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

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:

- a. $1 < r_{tabel}$, maka instrument dinyatakan tidak valid.
- b. $r_{hitung} > r_{tabel}$, 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. 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).

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.

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:

- c. Setiap pernyataan bernomor ganjil, skor setiap pernyataan yang didapat dari skor pengguna akan dikurangi 1.
- d. Setiap pernyataan bernomor genap, skor akhir yang didapat dari nilai 5 dikurangi skor dari pernyataan yang didapat dari pengguna.
- e. 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:

f. Persamaan Skor Responden

$$Skor R = ((P1 - 1) + (5 - P2) + (P3 - 1) + (5 - P4) + (P5 - 1) + (5 - P6) + (P7 - 1) + (5 - P8) + (P9 - 1) + (5 - P10)) * 2,5 \tag{3}$$

Keterangan:

Skor R = Skor yang diperoleh dari tiap responden

P1...P10 = Nilai Likers tiap Pernyataan dari responden

g. Persamaan Skor rerata SUS

$$\bar{X} = \frac{Y}{N} \tag{4}$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata

Y = Jumlah total skor SUS semua responden

N = Jumlah sampel/responden

4. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah metode dalam statistika yang digunakan dalam pengolahan data. Klasifikasi dan manajemen data yang bertujuan agar data lebih mudah dimengerti dan memberikan signifikansi yang

lebih bagi pemakai data. Metode ini mencakup beberapa teknik statistik yang kemudian digunakan untuk mengorganisir, menyajikan, dan meringkas data dalam bentuk yang dapat dipahami dengan mudah untuk selanjutnya membuat keputusan dan mengambil tindakan yang tepat (Larasati, 2023).

a. Hasil Kuesioner Responden

Setelah menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Hasanuddin, data jawaban dari 190 responden berhasil dikumpulkan. Responden memberikan berbagai pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut adalah rekapitulasi hasil jawaban responden.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden

Q	Skala Likert					Total
	STS	TS	N	S	SS	
Q1	3	4	31	73	79	190
Q2	45	93	39	11	2	190
Q3	0	8	31	94	57	190
Q4	71	62	40	14	3	190
Q5	0	9	43	108	30	190
Q6	19	62	74	30	5	190
Q7	0	18	58	92	22	190
Q8	45	97	32	15	1	190
Q9	2	22	49	84	33	190
Q10	19	45	63	51	12	190
Q11	1	3	32	88	66	190
Q12	1	5	19	84	81	190
Q13	11	17	47	65	50	190
Q14	1	13	36	91	49	190
Q15	2	5	43	79	61	190
Q16	3	12	43	65	67	190
Q17	3	4	16	63	104	190
Q18	6	8	38	59	79	190
Q19	2	9	32	65	82	190

Uji Validitas

Sebelum melakukan analisis terhadap data responden yang telah mengisi kuesioner, uji validitas perlu dilakukan untuk memastikan keabsahan setiap item dalam kuesioner. Kuesioner dikategorikan valid jika nilai r_{hitung} , untuk setiap item atau pertanyaan melebihi nilai r_{tabel} yang sudah ditetapkan. Untuk menentukan nilai r_{tabel} pada distribusi

signifikan 5%, digunakan rumus derajat kebebasan (df) yang dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} df &= N - 2 \\ &= 190 - 2 \\ &= 188 \end{aligned} \quad (5)$$

Setelah nilai derajat kebebasan (df) ditemukan, yaitu $df = 188$, nilai r_{tabel} dapat ditentukan dengan mengacu pada tabel distribusi dengan taraf signifikan 5%. Berdasarkan tabel distribusi, untuk $df = 188$, nilai r_{tabel} adalah 0,1424. Untuk menghitung nilai r_{hitung} , digunakan rumus yang membagi korelasi antar variabel dengan hasil perkalian standar deviasi dari setiap indikator. Hasil perhitungan ini memberikan nilai dalam rentang -1 hingga 1. Namun, dalam penelitian ini, perhitungan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS. Berikut adalah hasil perhitungan untuk setiap indikator:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Q1	0,604	0,1424	Valid
Q2	0,555	0,1424	Valid
Q3	0,720	0,1424	Valid
Q4	0,511	0,1424	Valid
Q5	0,562	0,1424	Valid
Q6	0,495	0,1424	Valid
Q7	0,517	0,1424	Valid
Q8	0,642	0,1424	Valid
Q9	0,611	0,1424	Valid
Q10	0,422	0,1424	Valid
Q11	0,656	0,1424	Valid
Q12	0,803	0,1424	Valid
Q13	0,404	0,1424	Valid
Q14	0,662	0,1424	Valid
Q15	0,792	0,1424	Valid
Q16	0,537	0,1424	Valid
Q17	0,711	0,1424	Valid
Q18	0,654	0,1424	Valid
Q19	0,698	0,1424	Valid

Menurut tabel 4, hasil uji validitas untuk setiap variabel dan indikator menunjukkan bahwa data yang diperoleh memenuhi kriteria validitas, dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, yaitu 0,1424. Hal ini disebabkan karena responden mengisi kuesioner berdasarkan pengalaman pribadi mereka dalam menggunakan aplikasi Shopee.

Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas, langkah berikutnya adalah uji reliabilitas untuk menilai seberapa konsisten kuesioner. Pengujian ini mengukur keandalan instrumen dalam memberikan hasil yang stabil, baik dalam pengukuran berulang maupun tidak. Cronbach's alpha berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai lebih tinggi menunjukkan konsistensi internal yang lebih baik. Jika hasil lebih dari 0,7, maka konstruk dianggap reliabel. Ambang batas ini dipilih karena semakin mendekati 1, semakin tinggi konsistensinya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dihitung menggunakan SPSS, dan hasilnya dapat dilihat berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan Cronbach's Alpha
Q1	0,894	Reliable
Q2	0,896	Reliable
Q3	0,891	Reliable
Q4	0,898	Reliable
Q5	0,895	Reliable
Q6	0,898	Reliable
Q7	0,897	Reliable
Q8	0,893	Reliable
Q9	0,894	Reliable
Q10	0,902	Reliable
Q11	0,893	Reliable
Q12	0,889	Reliable
Q13	0,903	Reliable
Q14	0,892	Reliable
Q15	0,888	Reliable
Q16	0,897	Reliable
Q17	0,891	Reliable
Q18	0,893	Reliable
Q19	0,891	Reliable

Berdasarkan nilai dalam tabel, terlihat bahwa Cronbach's alpha untuk setiap indikator melebihi 0,7. Ini menandakan bahwa seluruh indikator bersifat reliabel dan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Analisis Metode System Usability Scale

Setelah menyelesaikan uji validitas dan reliabilitas, langkah berikutnya adalah merekapitulasi jawaban dari responden mahasiswa Universitas Hasanuddin yang menggunakan layanan aplikasi Shopee. Penilaian dari 190 responden terhadap 10 pertanyaan dalam metode SUS dapat dilihat pada tersaji pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Penilaian Metode SUS

R	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q10
R1	4	3	5	3	4	5	5	3	2	4
R2	4	3	3	2	4	3	3	2	3	4
R3	5	1	5	1	5	4	4	1	4	4
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
R18	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2
R18	4	2	4	1	3	1	4	1	3	3
R19	5	1	5	1	5	3	5	1	5	1

Penentuan nilai metode *System Usability Scale* mengikuti aturan berikut:

- Untuk pertanyaan bernomor ganjil (1, 3, 5, 7, dan 9), skor yang diberikan responden dikurangi 1.
- Untuk pertanyaan bernomor genap (2, 4, 6, 8, dan 10), skor responden digunakan untuk mengurangi 5.

Rincian hasil perhitungan nilai SUS berdasarkan aturan tersebut dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Hasil Penghitungan Metode SUS

R	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Tot al
R1	3	2	4	2	3	0	4	2	1	1	22
R2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	23
R3	4	4	4	4	4	1	3	4	3	1	32
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
R18	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	24
R18	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	30
R19	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
Jumlah / $\sum Q$											52
											12

Setelah mendapatkan total penilaian atau $\sum Q$, nilai tersebut selanjutnya dikalikan dengan 2,5. Proses perhitungan ini dapat dilihat pada langkah berikut.

$$\begin{aligned}
 Y &= \sum Q * 2,5 \\
 &= 5.212 * 2,5 \\
 &= 13.030
 \end{aligned}
 \tag{6}$$

Keterangan:

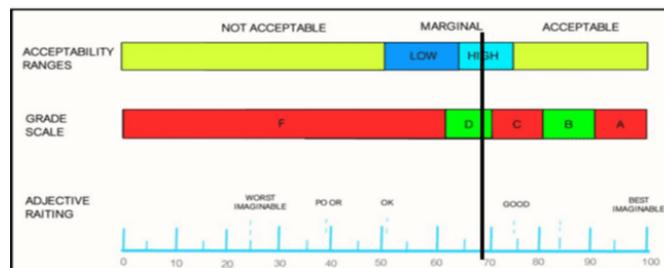
Y = Skor akhir SUS

$\sum Q$ = Jumlah nilai SUS yang telah diubah

Setelah skor dari setiap responden diketahui, langkah berikutnya adalah menghitung skor rata-rata. Perhitungan dilakukan dengan membagi nilai yang diperoleh dari langkah sebelumnya dengan jumlah responden. Proses perhitungan ini mengikuti rumus berikut.

$$\begin{aligned}
 \bar{X} &= \frac{Y}{N} \\
 &= \frac{13.030}{190} \\
 &= 68,58
 \end{aligned}
 \tag{7}$$

Setelah menghitung skor rata-rata SUS, langkah berikutnya adalah menentukan *grade* hasil penilaian. Penentuan kesimpulan hasil skor SUS dapat ditampilkan dalam tiga aspek (John Brooke, 2013). Aspek pertama *adjective ratings* guna menentukan *rating* kegunaan aplikasi yang terdiri dari *worst imaginable* (ratings 0-25), *poor* (ratings 26-39), *ok* (ratings 40-51), *good* (ratings 52-73), *excellent* (ratings 74-85), dan *best imaginable* (ratings 86-100). Aspek kedua *grade scale* guna menentukan tingkat kualitas aplikasi yang terdiri dari grade F (skala 0-60), grade D (skala 60-70), grade C (70-80), grade B (skala 80-90), dan grade A (skala 90-100). Aspek ketiga *acceptability ranges* guna menentukan penerimaan aplikasi yang terdiri dari *not acceptability* (ranges 0-50), *marginal low* (ranges 51-62), *marginal high* (ranges 63-70), dan *acceptable* (ranges 70-100).



Gambar 2. Hasil Penilaian SUS

Berdasarkan hasil pengujian dari penilaian 190 responden mahasiswa Universitas Hasanuddin, nilai skor yang diperoleh yaitu **68,58**. Merujuk pada gambar, skor rata-rata tersebut masuk ke dalam kategori *Marginal (High)* dengan *grade scale D* dan berada pada *range GOOD*. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *e-commerce* aplikasi Shopee dapat diterima oleh pengguna sebagai platform yang cukup baik dalam memberikan kemudahan

berbelanja, pengalaman pengguna yang nyaman, serta fitur yang membantu pengguna dalam bertransaksi.

Analisis Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Setelah mengumpulkan data dari 190 responden mahasiswa Universitas Hasanuddin, penelitian ini menerapkan model UTAUT2 untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat pengguna dalam menggunakan layanan transportasi pada aplikasi Shopee. Dengan berbagai penilaian dari responden, analisis model UTAUT2 dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Hasil penilaian responden berdasarkan model UTAUT2 dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Penilaian Model UTAUT2

R	Q1 1	Q1 2	Q1 3	Q1 4	Q1 5	Q1 6	Q1 7	Q1 8	Q1 9
R1	3	3	4	4	4	3	4	4	3
R2	4	4	3	3	4	4	4	4	4
R3	5	5	5	4	5	5	5	5	5
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
R18	4	3	3	2	3	3	4	2	3
R18	4	5	1	3	5	5	5	4	4
R19	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Penelitian ini melakukan analisis deskriptif untuk mengevaluasi penilaian pelanggan terhadap variabel dalam model UTAUT2. Terdapat 9 variabel yang dikategorikan sebagai variabel independen dan dependen. Variabel independen mencakup *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit*, serta *price value*. Sementara itu, variabel dependen terdiri dari *use behavior* dan *behavioral intention*. Berikut adalah rekapitulasi hasil analisis deskriptif model UTAUT2.

Tabel 9. Hasil Analisis Model UTAUT2

Variabel	Q	Skala Likert					Total Pengisian	Skor Maksimal	Persentase	
		STS	T S	N	S	SS				
<i>Performane Expectancy</i>	Q11	1	3	3	8	8	66	190	950	82.63%
<i>Effort Expectancy</i>	Q12	1	5	1	9	8	81	190	950	85.16%
<i>Social Influence</i>	Q13	11	17	4	6	5	50	190	950	73.26%
<i>Facilitating Condition</i>	Q14	1	13	3	9	6	49	190	950	78.32%
<i>Hedonic Motivation</i>	Q15	2	5	4	7	3	61	190	950	80.21%

<i>Price Value</i>	Q16	3	12	4	6	5	67	190	950	79.05%	
<i>Habit</i>	Q17	3	4	1	6	3	10	190	950	87.47%	
<i>Use Behavior</i>	Q18	6	8	3	5	8	9	79	190	950	80.74%
<i>Behavior Intention</i>	Q19	2	9	3	6	2	5	82	190	950	82.74%

Berdasarkan Tabel 9, hasil analisis deskriptif menunjukkan penilaian responden terhadap pertanyaan dalam model UTAUT2.

Berikut ini adalah uraian lebih lanjut mengenai hasil yang telah diperoleh:

1. Variabel Habit

Instrumen pertanyaan variabel *habit* berbunyi "Saya sudah terbiasa menggunakan aplikasi Shopee". Variabel ini mendapatkan nilai **87,47%** atau **831** dari penilaian **190** responden. Skor ini merupakan yang tertinggi dibandingkan variabel lainnya. Namun masih ada responden masih kurang setuju dengan instrumen ini, sehingga skornya belum mencapai maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan menggunakan Shopee menjadi faktor utama dalam keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi ini.

2. Variabel Effort Expectancy

Instrumen pertanyaan variabel *effort expectancy* berbunyi "Saya merasa penggunaan aplikasi Shopee itu mudah". Variabel ini mendapatkan nilai **85,16%** atau **809** dari penilaian **190** responden. Meskipun termasuk dalam variabel dengan skor tertinggi, masih ada responden masih kurang setuju, sehingga skor maksimal belum tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan Shopee menjadi faktor penting dalam menarik pengguna.

3. Variabel Behavior Intention

Instrumen pertanyaan variabel *behavior intention* berbunyi "Saya lebih suka menggunakan aplikasi Shopee daripada aplikasi *e-commerce* lainnya". Variabel ini mendapatkan nilai **82,74%** atau **786** dari penilaian **190** responden. Namun, masih ada responden masih kurang setuju, sehingga skor yang diperoleh belum maksimal. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memiliki niat untuk terus menggunakan Shopee dibandingkan platform lain.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa kebiasaan menggunakan Shopee dan kemudahan penggunaan

menjadi faktor utama dalam kepuasan pengguna. Berikut merupakan uraian mengenai variabel-variabel yang memiliki dampak paling rendah terhadap tingkat kepuasan pengguna:

1. Variabel Social Influence

Instrumen pertanyaan variabel *social influence* berbunyi "Rekan saya menyarankan agar saya menggunakan aplikasi Shopee". Variabel ini mendapatkan nilai **73,26%** atau **696** dari penilaian **190** responden. Namun, masih ada responden yang kurang setuju, sehingga skor yang diperoleh termasuk rendah dibandingkan variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial bukanlah alasan utama pengguna memilih Shopee.

2. Variabel Facilitating Conditions

Instrumen pertanyaan variabel *facilitating conditions* berbunyi "Saya merasa desain aplikasi Shopee konsisten dan dapat digunakan di semua perangkat yang saya gunakan". Variabel ini mendapatkan nilai **78,32%** atau **744** dari penilaian **190** responden. Namun, masih ada responden yang kurang setuju, sehingga skor maksimal belum tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun desain Shopee dianggap baik, masih ada beberapa aspek yang bisa ditingkatkan.

3. Variabel Price Value

Instrumen pertanyaan variabel *price value* berbunyi "Saya dapat menghemat uang dengan membandingkan harga dari berbagai produk yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee". Variabel ini mendapatkan nilai **79,05%** atau **751** dari penilaian **190** responden. Namun, masih ada responden yang kurang setuju, sehingga skor yang diperoleh belum maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun harga dianggap kompetitif, faktor lain seperti promo atau diskon mungkin lebih memengaruhi keputusan pengguna.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh yang lebih rendah dibandingkan faktor lainnya. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna, Shopee dapat lebih memperkuat aspek rekomendasi sosial serta meningkatkan pengalaman pengguna dalam membandingkan harga produk.

Analisis Keterkaitan Antara Metode SUS dan Variabel dalam Model UTAUT2

Setelah tahap pengujian selesai, langkah berikutnya adalah menginterpretasikan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan dengan metode *System Usability Scale* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (Larasati, 2023). Penelitian ini menemukan bahwa tiga variabel UTAUT2 dengan pengaruh paling kecil terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan aplikasi Shopee adalah *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, dan *Price Value*. Ketiga variabel tersebut turut memengaruhi hasil evaluasi menggunakan metode *System Usability Scale*. Berikut adalah tabel analisis deskriptif yang menampilkan hasil penilaian metode SUS.

Tabel 10. Analisis Deskriptif Penilaian SUS

Skala Likert	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	
STS	1	3	45	0	71	0	19	0	45	2	19
TS	2	4	93	8	62	9	62	18	97	22	45
N	3	31	39	31	40	43	74	58	32	49	63
S	4	73	11	94	14	108	30	92	15	84	51
SS	5	79	2	57	3	30	5	22	1	33	12
Akumulasi	79	40	77	38	72	51	68	40	69	562	

Metode *System Usability Scale* memiliki perbedaan yang jelas dalam struktur pertanyaannya, di mana nomor ganjil berisi pernyataan dengan konotasi positif, sementara nomor genap berisi pernyataan dengan konotasi negatif. Hasil penilaian SUS yang dipengaruhi oleh variabel dalam model UTAUT2 dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pernyataan Positif

Tabel 8 menunjukkan bahwa di antara pertanyaan ganjil dengan konotasi positif, Q7 memiliki skor terendah. Pertanyaan Q7 berbunyi, "Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat". Hasil penilaian menunjukkan bahwa 92 responden menjawab setuju, 58 responden netral, 22 responden sangat setuju, dan 18 responden tidak setuju. Dengan demikian, rendahnya skor Q7 menunjukkan bahwa pengguna merasa pemahaman terhadap aplikasi ini masih kurang optimal, terutama karena variabel *social influence* (lingkungan sosial), *facilitating conditions* (dukungan teknis), dan *price value* (nilai manfaat yang dirasakan).

2. Pernyataan Negatif

Tabel 8 menunjukkan bahwa di antara pertanyaan genap yang memiliki konotasi negatif, Q10 memperoleh skor tertinggi. Pertanyaan Q10 berbunyi, "Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini". Hasil penilaian menunjukkan bahwa 63 responden menjawab netral, 51 responden setuju, 45 responden tidak setuju, 19 responden sangat tidak setuju, dan 12 responden sangat setuju. Oleh karena itu, skor Q10 lebih tinggi dibandingkan dengan pertanyaan negatif lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh variabel *social influence* (lingkungan sosial), *facilitating conditions* (dukungan teknis), dan *price value* (nilai manfaat yang dirasakan).

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, sebanyak 190 mahasiswa Universitas Hasanuddin telah mengisi kuesioner. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Hasil penilaian metode System Usability Scale (SUS) menunjukkan bahwa skor yang diperoleh dari 190 responden adalah 68,58. Berdasarkan kategori penilaian, skor ini masuk dalam Marginal (High) dengan grade scale D dan berada dalam range GOOD. Hal ini menunjukkan bahwa layanan e-commerce Shopee dapat diterima oleh pengguna sebagai platform yang cukup baik dalam memberikan kemudahan berbelanja, pengalaman pengguna yang nyaman, serta fitur yang membantu proses transaksi.
2. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat pengguna dalam menggunakan aplikasi Shopee dilakukan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel dengan pengaruh terbesar adalah Habit dengan persentase 87,47%, diikuti oleh Effort Expectancy sebesar 85,16%, dan Behavior Intention sebesar 82,74%. Sebaliknya, variabel dengan pengaruh terendah adalah Social Influence dengan 73,26%, diikuti oleh Facilitating Condition sebesar 78,32%, serta Price Value sebesar 79,05%.

B. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, sehingga disampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti User Centered Design, Heuristic Evaluation, dan COBIT5 untuk analisis yang lebih komprehensif.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait pengembangan fitur dan layanan Shopee guna meningkatkan kepuasan pengguna serta daya saing aplikasi di industri e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adieb, A., Rachman, A. A., & Nurfadillah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Digital*, 12(1), 33–45.
- [2] Adieb, M. A., Sugiharto, A., & Adhy, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas WebsiteShopee Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Diponegoro). *Jurnal Masyarakat Informatika*, 15(1), 39-55. doi:https://doi.org/10.14710/jmasif.15.1.59737
- [3] Alfiatunnisa, E., Khairunnisa, H. Z., Hayati, S., & Maulida, V. L. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Terhadap Kemandirian Siswa Sekolah Dasar Kelas 1. *Jurnal Hurriah: Jurnal Evaluasi Pendidikan dan Penelitian*, 3(2), 39-36. doi:https://doi.org/10.56806/jh.v3i2.81
- [4] Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. PT RajaGrafindo Persada.
- [5] Fathima Zahra, S., Noverita, N., & Sari, M. A. (2024). Analisis Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee pada Mahasiswa Universitas Riau. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi*, 9(2), 56–67.
- [6] Hair Jr, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- [7] Hair Jr., J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th Edition)*. Boston, MA: Cengage Learning.
- [8] Idris, I. S., Mustofa, Y. A., & Salihi, I. A. (2023). Analisis Sentimen Terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Algoritma Support Vector Machine (SVM). *Jambura Journal of Electrical and Electronics Engineering*, 5(1), 32-35. doi:https://doi.org/10.37905/jjee.v5i1.16830
- [9] Idris, M., Suryani, T., & Prabowo, H. (2023). Tren Perkembangan E-Commerce di Indonesia: Studi Kasus Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(3), 21–30.
- [10] Larasati, I. S. (2023). Analisis Hubungan Tingkat Kepuasan Pengguna Dan Tingkat Kematangan Aplikasi Menggunakan Metode UTAUT2 Dan COBIT5.

- [11] Manik, V. (2020). Evaluasi Usability pada Aplikasi Mobile Acc.one Menggunakan System Usability Scale (SUS) dan Usability Testing.
- [12] Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Rajagrafindo Persada.
- [13] Ramadhan, G. (2023). Evaluasi Usability pada Aplikasi Talent Menggunakan System Usability Scale (SUS) di Astra Credit Companies Jambi. *Universitas Jambi*, 11-15.
- [14] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Syahputra, B., & Fitriani, W. (2022). Analisis Usability Testing Pada Marketplace (Studi Kasus: Maupesan.Id). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7. doi:<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.9908>
- [16] Syahputra, B., & Fitriani, W. (2022). Evaluasi Usability Aplikasi Mobile E-Commerce dengan Metode System Usability Scale (SUS). *Jurnal Sistem Informasi*, 14(2), 112–120.
- [17] Tumanggor, H. T., Salim, A., & Dewi, N. (2022). Preferensi Konsumen terhadap Marketplace di Indonesia: Studi Komparatif Shopee, Tokopedia, dan Lazada. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 10(4), 75–84.
- [18] Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian Impulsif pada E-commerce Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business and Banking*, 11(2), 251-270. doi:<https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733>
- [19] Utami, Y., Rasmanna, P. M., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *SAINTEK (Jurnal Sains dan Teknologi)*, 4(2), 20-24. doi:<https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- [20] Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *Forthcoming in MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. doi:<https://doi.org/10.2307/41410412>
- [21] Zahra, F., Indrawati, H., & Rizka, M. (2024). Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13497-13502. doi:<http://dx.doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6389>