



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
APLIKASI PENJUALAN ONLINE PADA TIKTOK SHOP DI PT
DAVIENA MANDIRI INDONESIA MENGGUNAKAN
METODE EUCS**

SKRIPSI

VIONA

2022210142

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER & SAINS
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI**

2026



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
APLIKASI PENJUALAN ONLINE PADA TIKTOK SHOP DI PT
DAVIENA MANDIRI INDONESIA MENGGUNAKAN
METODE EUCS**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program Strata-1 Pada
Program Studi Sistem Informasi**

Oleh :

VIONA 2022.21.0142

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER & SAINS
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
2026**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP APLIKASI PENJUALAN ONLINE DI PT DAVIENA MANDIRI INDONESIA MENGGUNAKAN METODE EUCS

Oleh :

Viona

2022.210.142

Palembang, 1 September 2026

Pembimbing I



Ahmad Sanmorino, M.Kom.
NIK : 2014.01.0901

Pembimbing II



Hendra Di Kesuma, S.Kom., M.Cs.
NIK : 2017.01.0231

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Sains

FAKULTAS ILMU KOMPUTER & SAINS



Prof. Dr. Ir. Henderi, S.Kom., M.Kom., IPU,
NIDN. 0404127401

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI

Pada hari Kamis tanggal 20 bulan Agustus tahun 2026 telah dilaksanakan ujian sidang skripsi oleh Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Palembang, 20 Agustus 2026

Penguji 1,



Agustina Hervati, S.Kom., M.M.
NIK: 2016.01.0230

Penguji 2,



Dona Marcellina, M.Kom.
NIK:2018.01.0249

Penguji 3,



Hendra Di Kesuma, S.Kom., M.Cs.
NIK: 2017.01.0231

Mengetahui,

Ka. Prodi Sistem Informasi



Dhamayanti, S.Kom, M.T.I
NIK:2002.01.0060

LEMBAR KETERANGAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI

Pada hari Kamis tanggal 20 bulan Agustus tahun 2026 telah dilaksanakan ujian sidang skripsi oleh Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Palembang, 20 Agustus 2026

Penguji 1,



Agustina Hervati, S.Kom., M.M.
NIK: 2016.01.0230

Penguji 2,



Dona Marcellina, M.Kom.
NIK:2018.01.0249

Penguji 3,



Hendra Di Kesuma, S.Kom., M.Cs.
NIK: 2017.01.0231

Mengetahui,

Ka. Prodi Sistem Informasi



Dhamyanti, S.Kom, M.T.I
NIK:2002.01.0060

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi penjualan online pada TikTok Shop PT Daviena Mandiri Indonesia dengan menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS). Metode EUCS digunakan berdasarkan lima dimensi, yaitu Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang merupakan pelanggan PT Daviena Mandiri Indonesia yang pernah melakukan pembelian melalui TikTok Shop. Pengumpulan data menggunakan skala Likert 1–5 dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data penelitian dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Nilai R-Square yang diperoleh sebesar 0,378, yang berarti bahwa kelima dimensi EUCS mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 37,8%, sedangkan 62,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Content*, *Accuracy*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Format tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa metode EUCS dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi penjualan online pada TikTok Shop PT Daviena Mandiri Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan penggunaan TikTok Shop sebagai media penjualan online.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, TikTok Shop, EUCS, SmartPLS, SEM-PLS.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the level of customer satisfaction with the online sales application on TikTok Shop at PT Daviena Mandiri Indonesia using the End User Computing Satisfaction (EUCS) method. The EUCS method is based on five dimensions, namely Content, Accuracy, Format, Ease of Use, and Timeliness. This study used a quantitative approach by distributing questionnaires to 400 respondents who were customers of PT Daviena Mandiri Indonesia and had made purchases through TikTok Shop. Data were collected using a 1–5 Likert scale, and the sampling technique used was purposive sampling. The research data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS 4.

The results showed that the research instrument met the validity and reliability criteria. The R-Square value obtained was 0.378, indicating that the five EUCS dimensions were able to explain 37.8% of customer satisfaction, while the remaining 62.2 % was influenced by other factors outside the study. The hypothesis testing results showed that Content, Accuracy, Ease of Use, and Timeliness had a positive and significant effect on customer satisfaction, while Format did not have a significant effect. Based on these results, the EUCS method can be used to analyze customer satisfaction with the use of the online sales application on TikTok Shop at PT Daviena Mandiri Indonesia. The results of this study are expected to serve as an evaluation for improving the use of TikTok Shop as an online sales platform.

Keywords: Customer Satisfaction, TikTok Shop, EUCS, SmartPLS, SEM-PLS.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Penjualan Online Pada TikTok Shop di PT Daviena Mandiri Indonesia Menggunakan Metode EUCS” dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Henderi, S.Kom., M.Kom., IPU. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri.
2. Ibu Dhamayanti, S.Kom., M.T.I., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Indo Global Mandiri.
3. Bapak Dr. Ahmad Sanmorino, M.Kom. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Hendra Di Kesuma, S.Kom., M.Cs. selaku Pembimbing II, yang dengan sabar memberikan panduan dan dukungan dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan dukungan selama masa perkuliahan.
6. Kepada Kelurgaku Tercinta, meskipun kita bukan keluarga yang terbiasa berbicara dari hati ke hati, penulis tahu bahwa dibalik keheningan itu tersimpan doa yang tak pernah putus untuk penulis, tindakan dan keberadaan kalian adalah bukti kasih sayang yang tak terhingga. Terima kasih atas segala pengorbanan, restu, dan kebahagiaan yang telah kalian berikan.

7. Kepada Muhammad Femas, yang telah memberikan dukungan, semangat, waktu, dan perhatian selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi salah satu orang yang selalu memberikan semangat dan mendengarkan setiap cerita selama proses ini.
8. Kepada sahabat-sahabat tercinta “Girl Boss” (eca, ecay, delek, jeli, nanduy) yang telah menemani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi, saling membantu, memberikan informasi, serta memberikan semangat satu sama lain.
9. Kepada Elsyia dan Mermi yang telah menemani penulis selama menjalani perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan, serta berbagai cerita dan pengalaman yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan.
10. *Last but not least*, terima kasih untuk Viona yang telah berusaha untuk tetap bertahan, belajar, dan menyelesaikan setiap proses yang ada hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih karena sudah memilih untuk terus melangkah meskipun dalam prosesnya tidak selalu mudah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR	
HALAMAN JUDUL DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR REVISI SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
1.4 Ruang Lingkup	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Teori Umum	8
2.1.2 Pengertian Analisis	7
2.2.2 Pengertian Tingkat Kepuasan	9
2.1.3 Aplikasi	10
2.1.4 Pengertian Penjualan Online	11
2.1.5 Pengertian TikTok Shop	12

2.2 Teori Khusus	13
2.2.1 Pengertian <i>End-User Computing Satisfaction</i> (EUCS).....	13
2.2.2 Pengertian SmartPLS.....	16
2.2.3 Uji Validitas	17
2.2.4 Uji Rehabilitas	19
2.2.5 Skala Likert.....	20
2.3 Metode Pengumpulan Data	21
2.3.1 Observasi.....	21
2.3.2 Kusioner Penelitian	22
2.3.3 Studi Pusaka.....	22
2.4 Populasi dan Sample Penelitian	23
2.5 Teknik Pengambilan Sample	24
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Tahapan Penelitian	29
3.2 Metode Pengumpulan Data	31
3.3 Variabel dan Indikator Penelitian.....	32
3.4 Skala Penelitian	34
3.5 Pertanyaan dan Kusioner Penelitian	35
3.6 Populasi dan Sample	41
3.6.1 Populasi.....	41
3.6.2 Sample	42
3.7 Teknik Pengambilan Sample	42
3.8 Teknik Analisi Data	43
3.8.1 Model <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM-PLS)	43
3.8.2 Uji Kelayakan Instrumen Penelitian.....	44
3.8.3 Uji Validitas Konvergen	44
3.8.4 Uji Validitas Deskriminan.....	45
3.8.5 Uji Reliabilitas Instrumen.....	47
3.8.6 Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Pengolahan Data.....	51
4.2 Profil Responden	52
4.3 Hasil dan Analisis Penilaian Responden.....	56
4.3.1 Hasil Responden	57
4.4 Analisis Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	73
4.4.1 Validitas Koonvergen	74
4.4.2 Validitas Diskriminan.....	76
4.4.3 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>.....	77
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	78
4.5.1 Uji Model <i>Fit Of Godness</i>.....	78
4.5.2 Uji <i>Effect Size (F²)</i>.....	79
4.5.3 <i>R-Squares</i>.....	80
4.5.4 Uji <i>Path Coefficient</i>	80
4.6 Rekomendasi Berdasarkan Hasil Responden.....	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5,2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Katagori Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	19
Tabel 2.2 Penelitian Pendahuluan.....	24
Tabel 3.1 Variable dan Indikator Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Kusioner Karakteristik Responden	35
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Variabel <i>Content</i> (Isi Informasi).....	36
Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Variabel <i>Accuracy</i> (Keakuratan Informasi).....	36
Tabel 3.6 Daftar Pertanyaan Variabel <i>Formmat</i> (Tampilan Sistem).....	37
Tabel 3.7 Daftar Pertanyaan Variable <i>Ease Of Use</i> (Kemudahan Pengguna).....	38
Tabel 3.8 Daftar Pertanyaan Variable <i>Timeliness</i> (Ketepatan Waktu).....	38
Tabel 3.9 Daftar Pertanyaan Variable Kepuasan Pelanggan.....	39
Tabel 3.10 Hasil Validitas Konvergen.....	43
Tabel 3.11 Uji Validitas Diskriminan.....	45
Tabel 3.12 Uji Reliabilitas	46
Tabel 3.13 Uji Coba Instrumen Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Ditribusi Responden Berdasarkan Umur	52
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk	54
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian Produk	54
Tabel 4.5 Data Hasil Kusioner.....	56
Tabel 4.6 Validitas Konvergen.....	75
Tabel 4.7 Validitas Diskriminan.....	77
Tabel 4.8 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	78
Tabel 4.9 <i>Standardized Root Mean Square Resident</i> (SRMR)	79
Tabel 4.10 <i>Effect Size</i> (f^2).....	79
Tabel 4.11 <i>R-Square</i>	80
Tabel 4.12 Uji <i>Path Coefficient</i>	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model EUCS	13
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	27
Gambar 4.1 Kusioer Penelitian	51
Gambar 4.2 Diagram Umur	52
Gambar 4.3 Diagram Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4.4 Diagram Pembelian Produk Daviena.....	54
Gambar 4.5 Diagram Frekuensi Pembelian Produk	55
Gambar 4.6 Grafik Variabel <i>Content</i>	57
Gambar 4.7 Grafik Total Masing-masing Kategorti Variabel <i>Content</i>	59
Gambar 4.8 Grafik Varabe <i>Accuracy</i>	60
Gambar 4.9 Grafik Total Masing-masing Kategorti Variabel <i>Accuracy</i>	61
Gambar 4.10 Grafik Variabel <i>Format</i>	63
Gambar 4.11 Grafik Total Masing-masing Kategorti Variabel <i>Format</i>	64
Gambar 4.12 Grafik Variabel <i>Ease of Use</i>	65
Gambar 4.13 Grafik Total Masing-masing Kategorti Variabel <i>Variabel of Use</i> ...	66
Gambar 4.14 Grafik Variabel <i>Timeliness</i>	68
Gambar 4.15 Grafik Total Masing-masing Kategorti Variabel <i>Timeliness</i>	69
Gambar 4.16 Grafik Variabel Kepuasan Pelanggan.....	70
Gambar 4.17 Grafik Total Masing-masing Kategorti Variabel Kepuasan Pelanggan	72
Gambar 4.18 Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Data Pribadi	90
LALMPIRAN 2 Kartu Bimbingan	91
LAMPIRAN 3 Surat Izin Penelitian	92
LAMPIRAN 4 Surat Balasan Penelitian	93
LAMPIRAN 5 Surat Pernyataan Tidak Plagiat	94