

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa lima dimensi utama *End User Computing Satisfaction* (EUCS), yaitu *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*, mampu mencerminkan *User Satisfaction* pengguna TikTok Shop pada mahasiswa di Kota Padang. Kelima dimensi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna TikTok Shop dapat dilihat melalui kualitas isi informasi, keakuratan informasi, penyajian informasi, kemudahan penggunaan sistem, serta ketepatan waktu penyediaan informasi.

Selain lima dimensi utama EUCS, penelitian ini juga menunjukkan bahwa aspek *Security* sebagai variabel tambahan memberikan kontribusi terhadap *User Satisfaction* pengguna TikTok Shop. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan data, keamanan transaksi, dan kepercayaan terhadap sistem menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna pada platform belanja online yang melibatkan transaksi digital.

Hasil analisis tingkat kepuasan menunjukkan bahwa pengguna TikTok Shop pada mahasiswa di Kota Padang berada pada kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas informasi, tampilan sistem, kemudahan penggunaan, ketepatan waktu informasi, serta keamanan dalam menggunakan TikTok Shop.

Berdasarkan hasil penelitian, *Accuracy* menjadi dimensi yang paling dominan dalam mencerminkan *User Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna TikTok Shop sangat memperhatikan ketepatan informasi yang diberikan sistem, seperti kesesuaian informasi produk, harga, stok, dan detail transaksi. Sementara itu, *Content* menjadi dimensi dengan kemampuan paling rendah dalam mencerminkan *User Satisfaction*, yang menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mempertimbangkan informasi produk, tetapi juga memperhatikan aspek lain seperti keamanan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan informasi dalam melakukan aktivitas belanja online.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa model EUCS dengan penambahan aspek *Security* dapat digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pengguna TikTok Shop. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bagi pengembang TikTok Shop mengenai aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan, terutama dalam menjaga keakuratan informasi, meningkatkan kualitas penyajian informasi, mempermudah penggunaan sistem, mempercepat pembaruan informasi, serta memperkuat keamanan data dan transaksi pengguna.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk TikTok Shop

- a. TikTok Shop diharapkan dapat mempertahankan kualitas layanan pada aspek *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* karena seluruh dimensi tersebut secara signifikan mencerminkan *User Satisfaction* pengguna TikTok Shop. Selain itu, TikTok Shop juga perlu memperhatikan aspek *Security* sebagai faktor tambahan yang berkontribusi terhadap *User Satisfaction*, terutama dalam hal perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, dan peningkatan kepercayaan pengguna terhadap sistem.
- b. TikTok Shop diharapkan terus melakukan inovasi dan pengembangan layanan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam berbelanja, sehingga tingkat kepuasan pengguna yang saat ini berada pada kategori puas dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.
- c. TikTok Shop disarankan untuk melakukan evaluasi atau pengukuran kepuasan pengguna secara berkala guna mengetahui kebutuhan, harapan, dan tanggapan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mempertahankan aspek yang sudah baik serta meningkatkan aspek yang masih memerlukan pengembangan agar kepuasan pengguna tetap terjaga seiring dengan perkembangan platform.

2. Untuk penelitian selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden, sehingga tidak hanya terbatas pada mahasiswa di Kota Padang. Maka hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih beragam dan luas mengenai kepuasan pengguna TikTok Shop.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan aspek lain di luar *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, *timeliness*, dan *security* yang berkaitan dengan kepuasan pengguna TikTok Shop. Penambahan aspek tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kepuasan pengguna pada platform *social e-commerce*.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2024). TikTok Shop sebagai Bentuk Realitas Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(1), 210–220. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i1.2301>
- Amin, M. N., Saputra, E., Hamzah, M. L., & Rahmawita, M. (2024). Penerapan Metode EUCS terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 7(3), 1013–1020. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i3.41296>
- Budiman, M. A., Sanjaya, M. rudi, Ruskan, E. L., & Indah, D. R. (2025). Penerapan Metode EUCS dan SMARTPLS Terhadap Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Zalora. *Media Teknologi Informasi dan Komputer Jurnal*, 9, 2025. <https://doi.org/10.47002/metik.v9i1.1044>
- Burhanudin, B., & Puspita, H. M. (2023). The role of trust in social commerce site in purchasing behavior on TikTok shop Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(6), 1350–1363. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i6.27271>
- Cahayani, N., Riorini, S. V., Maythili, M., & Santoso, D. V. (2025). Consequences of Online Shopping Attributes on E-Commerce Customers. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 65–72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3031>
- Cahyadi, D., Indrianto, A. P., Ramdani, D. T., & Ningsih. (2025). Peran Information Security Awareness terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Bertransaksi di E-Commerce. *Insan Pembangun Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 13(1), 97–103. <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v13i1.47>
- Deswara, M. B., Santi, R., & Septiyanti, R. (2025). Analisis Faktor Kepuasan Pengguna Silayak UIN Raden Fatah Palembang Menggunakan Model EUCS. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi (JISI)*, 4(2), 115–126. <https://doi.org/10.24127/jisi.v4i2.9830>
- Dewi, M. A., Fitriawati, N., & Sukmandhani, A. A. (2022). The End User Computing Satisfaction (EUCS) Model: Analysis User Satisfaction Tangerang Live Application. *7th International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology 2022*, 357–364. <https://doi.org/10.1145/3568231.3568292>
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS Quarterly*, 12(2), 259–274. <https://doi.org/10.2307/248851>
- Fani, M. Z., Hadi, S., & Wirastomo, H. (2025). The Influence of Price, Online Customer Rating, Shipping Cost, and Delivery Speed on Purchasing Decisions

- on E-commerce Platforms (Case Study of E-commerce Users in Mataram City). *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 6(2), 271–286. <https://doi.org/10.31764/jabb.v6i2.36990>
- Febriyanti, I. A., Marini, L. F., & Baisa, L. Y. (2024). Effect of Bluebox E-commerce Service Quality on User Satisfaction Using Webqual 4.0 and End User Computing Satisfaction (EUCS) methods. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(12), 11303–11319. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i12.50037>
- Giansyah, Q. A., Maita, I., Megawati, M., & Salisah, F. N. (2024). Analysis User Satisfaction of XYZ Application with End User Computing Satisfaction Method and Delone and Mclean. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 18(4). <https://doi.org/10.22146/ijccs.101004>
- Golo, Z. A., Subinarto, S., & Garmelia, E. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Puskesmas Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) di Puskesmas. *Jurnal Rekam Medis dan Informasi Kesehatan*, 4(1), 52–56. <https://doi.org/10.31983/jrmik.v4i1.6789>
- Hafiza, N., Shoffah, S. N. A., & Nursaptini. (2024). E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 24–35. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.8939>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, Marko. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition* (Third Edition).
- Haverila, M., Al-Azad, Md. S., Haverila, K. C., Mohiuddin, M., & Su, Z. (2024). Moving Toward Economic and Digital Sustainability in Marketing Analytics. *Journal of Global Information Management*, 32(1), 1–24. <https://doi.org/10.4018/JGIM.349129>
- Indrayanto, A., Suliyanto, Restianto, Y. E., Iskandar, D., & Kurniawan, R. E. (2024). Evaluation of E-Commerce Organic Coconut Sugar: Technology Acceptance Model (TAM) and End-User Computing Satisfaction (EUCS) Model. *Quality-Access to Success*, 25(199), 128–138. <https://doi.org/10.47750/QAS/25.199.14>
- iNews. (2023, Desember 14). *Sejarah TikTok Shop di Indonesia, dari Dilarang hingga Hadir Kembali*. <https://bekasi.inews.id/read/382453/sejarah-tiktok-shop-di-indonesia-dari-dilarang-hingga-hadir-kembali>
- Kadang, A. B., Santoso, J. A., & Herlina. (2023). Analisis Faktor Kesuksesan Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok Menggunakan Model Delone dan Mclean. *Jurnal Informatika Atma Jogja*, 4(2), 139–146. <https://doi.org/10.24002/jiaj.v4i2.8051>

- Kedah, Z. (2023). Use of E-Commerce in The World of Business. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.33050/sabda.v2i1.273>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Krisna, Y. D., Sulistiyowati, R., & Hasanah, B. (2023). Penerapan Metode End User Computing Satisfaction Untuk Penilaian Kualitas Kepuasan Pengguna Aplikasi Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Informatika dan Komputasi: Media Bahasan, Analisa dan Aplikasi*, 17(2), 68–80. <https://doi.org/10.56956/jiki.v17i2.243>
- Lee, G. K. S. (2025). Trust in Social Commerce: Challenges and Opportunities for Building Consumer Confidence and Shaping Purchase Intention. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.51137/wrp.ijarbm.2025.gltt.45761>
- Li, L., Yuan, L., & Tian, J. (2023). Influence of online E-commerce interaction on consumer satisfaction based on big data algorithm. *Heliyon*, 9(8), e18322. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18322>
- Marlindawati, M., Sahfitri, V., & Rosalinda, R. (2025). Measuring Tiktok Shop Service Quality Using The E-ServQual Method And Importance Performance Analysis (IPA) Method. *Journal of Information Systems and Informatics*, 7(2), 1400–1417. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v7i2.1108>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Megawaty, & Ariningsih, L. (2022). Pengukuran Kepuasan Pengguna Grab di Palembang Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Bumigora Information Technology (BITE)*, 4(2), 193–204. <https://doi.org/10.30812/bite.v4i2.2383>
- Mofokeng, T. E. (2021). The impact of online shopping attributes on customer satisfaction and loyalty: Moderating effects of e-commerce experience. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1968206>
- Montesdioca, G. P. Z., & Maçada, A. C. G. (2015). Measuring user satisfaction with information security practices. *Computers & Security*, 48, 267–280. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2014.10.015>
- Mulyani, E. S., Lattu, A., & Permana, M. A. (2024). Tiktok Shop: Penggunaan Metode EUCS (End User Computing Satisfiction) terhadap Kepuasan Gen-Z.

- Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 7(3), 1280–1288.
<https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i3.41899>
- Nadia, H. S., Nurmiati, E., & Nuryasin. (2026). Usability Evaluation of the Yellow Cart Feature in the TikTok Shop Application Using the System Usability Scale (SUS). *JISA(Jurnal Informatika dan Sains)*, 9(1), 75–79.
<https://doi.org/10.31326/jisa.v9i1.2762>
- Nopitasari, A. N., & Suyatno, F. D. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 4, 9–20.
<https://doi.org/10.26740/jeisbi.v4i3.54177>
- Noviyanti, Juliah, S., Fauziah, S. M., Mahendra, Y. D., & Ismael. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa UTM Terhadap Tiktok Shop Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 24(2), 281–288.
<https://doi.org/10.32409/jikstik.24.2.3802>
- Prabawanti, R., & Sihombing, D. J. C. (2023). Analysis of Factors Affecting User Satisfaction of E-Commerce Applications Using End-User Computing Satisfaction (EUCS) Method. *Journal of Information Systems and Informatics*, 5(1), 324–332. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v5i1.437>
- Putra, S. J., Rosalina, R., Subiyakto, A., & Gunawan, M. N. (2018). Extending the End-user Computing Satisfaction with Security Measures. *2018 6th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/CITSM.2018.8674333>
- Radiansyah, E., & Listiana, M. (2025). The Influence of Live Streaming and Content Marketing on Gen Z's Purchase Intention: The Mediating Role of Trust in Tiktok Live in South Lampung. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 11(3), 1064. <https://doi.org/10.17358/jabm.11.3.1064>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model(PLS-SEM)* (Pertama). Lentera Ilmu Madani.
- Rahmawati, D., & Sulistyowati, P. (2026). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce Shopee di Boyolali. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 6(1), 22–33.
<https://doi.org/10.51903/dinamika.v6i1.993>
- Ramadhoni, M. F., & Prassida, G. F. (2025). The Impact of Perceived Value on Engagement, Purchase Intention, and Continuance Usage Intention: A PLS-SEM Study on Social Commerce Live Streaming Context. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 15(3), 310–320. <https://doi.org/10.14710/vol15iss3pp310-320>
- Saputra, Y., Pratama Nugroho, B., & Norhayati, N. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi S.M.A.R.T STMIK Palangkaraya Menggunakan Metode

- End-User Computing Satisfaction. *Jurnal Sistem Informasi, Manajemen dan Teknologi Informasi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.33020/jsimtek.v1i2.421>
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Becker, J.-M., & Ringle, C. M. (2019). How to Specify, Estimate, and Validate Higher-Order Constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal*, 27(3), 197–211. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.05.003>
- Setiabudhi, H., Suwono, Yudi, M. S., & Setiawan, A. Y. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4* (H. P. I. Duari Hesti, Ed.). Borneo Novelty Publishing.
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sudirjo, F., Ekasari, S., Hendayani, N., Dharmawan, D., & Launtu, A. (2024). Application of The End User Computing Satisfaction Method to Analyze User Satisfaction Toward the Quality of Mobile Banking Services. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 6(1), 150–154. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.490>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Kedua). Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Susanto, C. P., Arini, U. D., Yuntina, L., Soehaditama, P. J., & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3, 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Varahim, N. (2024). Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Indonesian Journal Computer Science*, 3(1), 8–15. <https://doi.org/10.31294/ijcs.v3i1.2547>
- Wang, M. D., & Hau, K.-T. (2025). In Likert Scale, Is Ticking Options Consecutively at Two Ends Equally Problematic as Ticking in the Middle? *Journal of Official Statistics*, 41(1), 73–95. <https://doi.org/10.1177/0282423X241273455>
- Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2018). *Principles of Information Security* (6th Edition). Cengage Learning. www.cengage.com.
- Yang, M. Z., & Sihotang, J. I. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode EUCS di Jakarta Barat. *Informatics and Digital Expert (INDEX)*, 4(2), 53–60. <https://doi.org/10.36423/index.v4i2.1110>
- Z, Z. Z., & Hermawan, A. (2025). Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 285–295. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>
- Zhang, H., Zheng, S., & Zhu, P. (2024). Heliyon Why are Indonesian consumers buying on live streaming platforms ? Research on consumer perceived value

theory. *Heliyon*, 10(13),
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33518>

e33518.



UIN IMAM BONJOL
PADANG