

ANALISIS PENGARUH UI/UX APLIKASI TOKOPEDIA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA

David

Sistem Informasi, Universitas Tarumanagara
Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta 11440 Indonesia
email : david.825190007@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih pada zaman modern ini mendorong perubahan di berbagai aspek kehidupan masyarakat, salah satunya berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat, terutama dalam berbelanja kebutuhan. Pada zaman modern seperti sekarang, masyarakat lebih memilih untuk berbelanja kebutuhan secara *online* melalui *platform e-commerce* karena proses transaksinya yang mudah. Salah satu *platform e-commerce* yang ramai digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk *online shopping* adalah Tokopedia. Tokopedia adalah salah satu aplikasi *e-commerce* yang tercatat memiliki jumlah pengguna tertinggi di Indonesia. Meskipun Tokopedia merupakan *e-commerce* yang memiliki jumlah pengguna terbanyak, masih terdapat banyak pengguna Tokopedia yang mengeluhkan masalah mengenai kesulitan dalam menggunakan aplikasi Tokopedia, hal ini dapat mengakibatkan penurunan kepuasan pengguna. Pada penggunaan aplikasi perangkat lunak seperti Tokopedia tentunya tidak lepas dari komponen dasar seperti *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* yang termasuk salah satu komponen terpenting dalam perancangan aplikasi perangkat lunak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* dalam mempengaruhi kepuasan belanja pengguna pada aplikasi Tokopedia. Populasi penelitian ini merupakan pengguna Tokopedia yang familiar dengan penggunaan aplikasi Tokopedia. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji statistik menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dihasilkan adalah bahwa *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* aplikasi Tokopedia secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia.

Key words

Keputusan Pengguna, Tokopedia, *User Interface*, *User Experience*.

1. Pendahuluan

Salah satu *platform e-commerce* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dalam proses transaksi jual beli *online* adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan sebuah *website* ataupun aplikasi jual beli *online* terbesar di Indonesia. Target pasar Tokopedia adalah penjual dan pembeli. Dimana Tokopedia menyediakan tempat bagi penjual untuk memasarkan barangnya serta pembeli yang dapat melihat dan membeli barang yang diinginkan. Menurut data *iPrice*, Tokopedia merupakan situs *e-commerce* yang memiliki pengunjung terbanyak di Indonesia, dengan rata-rata pengunjung bulanan mencapai 157,2 juta pada kuartal I 2022 [1].

Meskipun Tokopedia merupakan *marketplace* dengan pengguna terbanyak di Indonesia, Tokopedia masih memiliki fungsi yang kurang memuaskan. Hal tersebut dapat dilihat dari *review* atau penilaian pengguna aplikasi Tokopedia yang terdapat di *Google play Store*. Pada kolom *review*, dapat diketahui bahwa tidak sedikit pengguna aplikasi Tokopedia yang mengeluhkan persoalan mengenai desain *user interface (UI)* Tokopedia, diantaranya adalah mengenai *UI* yang terlalu padat, terlalu banyak informasi yang ditampilkan dalam satu halaman, dan fitur yang dibuat terlalu ringkas, sehingga banyak pengguna yang kesulitan dalam mengakses informasi yang mereka butuhkan. Hal-hal seperti itu akan memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan kepada pengguna. Permasalahan tersebut tergolong dalam permasalahan pada *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* yang berpotensi membingungkan pengguna, yang mana akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi Tokopedia [2].

Keputusan pengguna sangat penting dalam *platform e-commerce* karena model bisnis seperti ini sangat bergantung kepada penggunanya. Proses bisnis *e-commerce* hanya dapat berjalan jika terdapat pengguna yang menggunakannya, dalam hal ini merupakan pihak penjual dan pembeli [6]. Keputusan pengguna merupakan salah satu faktor terpenting dalam *platform e-commerce* karena tingkat kepuasan

pengguna yang tinggi dapat menjadi daya tarik yang kuat untuk menarik minat konsumen, memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi kompetitor serta berperan sebagai salah satu tolak ukur utama dalam menentukan keberhasilan suatu sistem [3].

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna, diantaranya adalah antarmuka pengguna atau *user interface (UI)* dan pengalaman pengguna atau *user experience (UX)* [4]. Pada aplikasi *e-commerce* seperti Tokopedia, pengguna akan selalu berinteraksi dengan sistem yang terdapat dalam aplikasi. Interaksi antara pengguna dan sistem terjadi melalui perantara yang disebut antarmuka pengguna atau biasa dikenal sebagai istilah *user interface (UI)*. Pengguna perlu berinteraksi dengan *user interface* aplikasi yang telah disediakan untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Ketika menggunakan suatu produk, sistem atau jasa, pengguna akan menumbuhkan sebuah persepsi terhadap produk yang telah digunakan tersebut. Hal ini dapat berupa pengalaman yang menyenangkan karena produk tersebut mudah digunakan dan dapat memenuhi semua kebutuhan pengguna atau dapat berupa pengalaman yang buruk karena produk yang digunakan memiliki berbagai masalah yang menyulitkan pengguna. Pengalaman atau persepsi yang dirasakan seseorang atas penggunaan produk tersebut merupakan *user experience (UX)* yang dirasakan pengguna sesudah berinteraksi dengan suatu produk [5].

Meskipun merupakan 2 faktor yang berbeda, *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* dirancang sebagai satu kesatuan yang saling melengkapi dan berkaitan satu sama lain. *User interface (UI)* menjadi perantara antara pengguna dengan sistem aplikasi yang didesain dengan fokus untuk mempermudah pengguna dalam memenuhi kebutuhannya. Sementara, *user experience (UX)* yang didesain dengan fokus untuk memastikan pengguna memiliki pengalaman yang menyenangkan ketika menggunakan sistem aplikasi [5]. Perancangan *UI/UX* pada aplikasi Tokopedia didasari oleh konsep *focus on consumer*. Artinya, program aplikasi Tokopedia didesain mengikuti keinginan dan kebutuhan pengguna, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat kepuasan yang pengguna rasakan atas penggunaan aplikasi Tokopedia [7].

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa terdapat suatu hubungan antara *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* terhadap kepuasan pengguna Tokopedia. Alasan mengapa peneliti memilih Tokopedia sebagai objek penelitian dalam studi ini adalah karena Tokopedia merupakan *e-commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak dan memiliki *record* atas tingkat kepuasan pengguna tertinggi sampai saat ini. Penelitian “Analisis Pengaruh *UI/UX* Aplikasi Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna” ini dilakukan untuk menjawab fenomena dimana *UI/UX*

dapat mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *e-commerce*.

2. Metode Penelitian

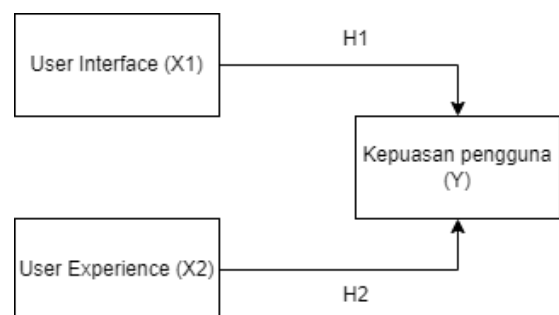
2.1 Alur Penelitian

Penelitian dimulai dengan observasi awal terhadap topik penelitian, diikuti dengan perumusan masalah dan studi literatur yang relevan dengan topik yang diteliti. Tahap selanjutnya adalah menetapkan batasan penelitian dan menentukan metodologi penelitian. Kemudian mulai menyusun instrumen pengumpulan data. Pada tahap pengumpulan data, data primer untuk penelitian dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran *google form* sementara data sekunder dikumpulkan dari buku, jurnal, internet, dan sumber eksternal lain. Setelah semua data berhasil dikumpulkan, tahap berikutnya merupakan proses pengolahan data. Pengolahan data dalam penelitian ini meliputi pengujian instrumen pengumpulan data, uji asumsi klasik dan uji pengaruh. Setelah selesai mengolah data penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dan pembahasan terhadap hasil penelitian lalu ditutup dengan menambahkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian.

2.2 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan adalah *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* berlaku sebagai variabel independen dan kepuasan pengguna Tokopedia sebagai variabel dependen. Berdasarkan model penelitian tersebut, terdapat 3 hipotesis yang diajukan, yaitu sebagai berikut :

Hipotesis 1 = *User interface (UI)* secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia.
 Hipotesis 2 = *User experience (UX)* secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia.
 Hipotesis 3 = *User interface (UI)* dan *user experience (UX)* secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia.



Gambar 1. Model penelitian

2.3 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kusioner *google form* secara *online* melalui media sosial *Facebook, Whatsapp, Line, dan Telegram*. Populasi penelitian merupakan pengguna aplikasi Tokopedia dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang. Teknik pemilihan sampel untuk penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana pemilihan sampel dilakukan dengan memilih partisipan yang lebih mudah dijangkau dan lebih mudah diperoleh data-nya. Instrumen pengumpulan data disusun dalam bentuk skala *likert* dengan rentang skala 1 – 5, dimana jawaban sangat tidak setuju diberi poin 1 dan jawaban sangat setuju diberi poin 5.

2.4 Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana peneliti menggambarkan data penelitian secara objektif sebagaimana hasil penelitian yang didapatkan. Data penelitian akan diolah menggunakan aplikasi *SPSS 25* melalui serangkaian proses pengujian. Uji instrumen penelitian dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji pengaruh akan dilakukan melalui analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji korelasi parsial.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Jumlah Responden yang berhasil dikumpulkan melalui penyebaran kusioner adalah sebanyak 108 responden. Berdasarkan data yang terkumpul, responden sebanyak 108 orang tersebut berada pada kisaran usia 18-25 tahun. Sebanyak 64 responden (59,3%) berjenis kelamin laki-laki dan 44 responden (40,7%) berjenis kelamin perempuan. Dari total 108 responden yang dikumpulkan, dapat diketahui bahwa sebanyak 93 responden (90,7%) berstatus sebagai pelajar sementara 10 responden (9,3%) sisanya berstatus sebagai pekerja. Berdasarkan data yang terkumpul, dapat diketahui bahwa sebanyak 30 orang responden (27,8%) sudah menggunakan aplikasi Tokopedia

selama 3 tahun, 26 responden (24,1%) sudah menggunakan aplikasi Tokopedia selama 2 tahun, 26 responden (24,1%) sudah menggunakan aplikasi Tokopedia selama 4 tahun, 13 responden (12%) menggunakan aplikasi Tokopedia selama 1 tahun, sebanyak 10 responden (9,3%) sudah menggunakan aplikasi Tokopedia selama 5 tahun dan 3 orang responden (2,8%) sudah menggunakan aplikasi Tokopedia selama 6 tahun.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui uji *Pearson Product Correlation*. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *r* tabel yang dihasilkan adalah 0,005 lebih besar dari pada nilai *r* hitung, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan adalah valid dan layak untuk dijadikan alat ukur.

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	Jumlah instrumen	Sig.	R Tabel	Kesimpulan
User Interface (X1)	10	0	0,005	Valid
User Experience (X2)	3	0	0,005	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	8	0	0,005	Valid

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji seberapa reliabel alat ukur yang digunakan dalam menjalankan fungsinya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Cronbach's Alpha* yang didapatkan setiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan adalah reliabel.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah	Nilai Min.	Kesimpulan
User interface (X1)	0,922	10	0,6	Reliable
User Experience (X2)	0,827	3	0,6	Reliable
Kepuasan Pengguna (Y)	0,908	8	0,6	Reliable

Variabel	Collinearity Statistic		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
User Interface (X1)	0,508	1,969	Tidak terdapat masalah multikolinearitas
User Experience (X2)	0,508	1,969	Tidak terdapat masalah multikolinearitas

3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel yang termasuk dalam lingkup penelitian berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Variabel dikatakan berdistribusi normal apabila nilai sig. > 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, nilai signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0,071 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,071c
------------------------	--------

3.5 Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan untuk menguji apakah variabel *user interface* dan variabel *user experience* (variabel bebas) memiliki hubungan yang linear terhadap variabel kepuasan pengguna (variabel terikat).

Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Kesimpulan
User interface (X1)	0,476	Tidak terdapat masalah linearitas
User experience (X2)	0,118	Tidak terdapat masalah linearitas

Variabel *user interface* dan *user experience* dikatakan memiliki hubungan yang linear terhadap kepuasan pengguna jika nilai *sig. deviation from linearity* pada tabel ANOVA < 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *sig.* yang dihasilkan adalah sebesar 0,476 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *UI/UX* memiliki hubungan yang linear terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 4. Hasil uji linearitas

3.6 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel *user interface*

(X1) dengan variabel *user experience* (X2). Berdasarkan hasil pengujian, nilai *VIF* kedua variabel lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* yang dihasilkan lebih besar dari angka 0,10. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil uji multikolinearitas

3.7 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan residual jika penelitian

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	62,217	0,000b	Signifikan

dilakukan kembali dengan model dan populasi yang sama, namun dengan sampel yang berbeda. Model regresi dikatakan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas apabila nilai *Sig.* > 0,05. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan melalui uji *Spearman Rho*. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *sig.* yang didapatkan variabel *UI* dan *UX* lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
User interface (X1)	0,394	Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
User experience (X2)	0,531	Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

3.8 Uji T

Uji T dilakukan untuk menguji sejauh apa pengaruh variabel *user interface* (X1) dan *user experience* (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) secara parsial. *UI/UX* dikatakan memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pengguna apabila nilai *sig.* yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *sig.* yang

Variabel	Sig.	Kesimpulan
User interface > Kepuasan pengguna	0,000	Berpengaruh secara parsial
User experience > Kepuasan pengguna	0,001	Berpengaruh secara parsial

didapatkan variabel *UI* dan *UX* lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *user interface* dan *user experience* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 7. Hasil uji T

3.9 Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel *user interface* (X1) dan variabel *user experience* (X2) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan

variabel	Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation	Kesimpulan
User Interface (X1)	0,000	0,744	UI secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna
User Experience (X2)	0,000	0,587	UX secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna

pengguna (Y). Variabel *UI/UX* dikatakan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna apabila nilai *sig.* yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *sig.* yang didapatkan adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Artinya adalah *user interface* dan *user experience* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia. Kondisi ini sesuai dengan hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

Tabel 8. Hasil uji F

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari *user interface* dan *user experience* selaku variabel independen terhadap kepuasan pengguna selaku variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi mendapatkan nilai *R Square* sebesar 0.562. Artinya adalah *user interface* (X1) dan *user experience* (X2) mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 56,2%. Sementara 43,8% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar *user interface* dan *user experience*.

Tabel 9. Hasil uji koefisien determinasi (R²)

Model	R	R Square
1	0,750	0,562

3.11 Uji Korelasi Parsial

Uji korelasi parsial dilakukan untuk menguji keeratan hubungan (korelasi) dan arah hubungan antara variabel *user interface* (X1) dan *user experience* (X2) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y). Uji korelasi parsial dalam penelitian ini dilakukan melalui *Pearson Correlation Test*. Variabel *UI* dan *UX* dikatakan berkorelasi terhadap kepuasan pengguna apabila nilai

sig. < 0,05. Variabel *UI* dan *UX* dikatakan memiliki arah hubungan yang positif terhadap kepuasan pengguna apabila nilai korelasi *pearson* yang dihasilkan adalah positif. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *sig.* yang didapatkan kedua variabel *UI* dan *UX* adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai korelasi *pearson* yang diperoleh kedua variabel merupakan angka positif sehingga dapat dikatakan bahwa *user interface* dan *user experience* berkorelasi dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Tokopedia. Kondisi ini sesuai dengan hipotesis 1 dan hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa H1 dan H2 dapat diterima.

Tabel 10. Hasil uji korelasi parsial

3.12 Pembahasan

Berdasarkan rangkaian pengujian yang telah dilakukan, hasil penelitian yang didapatkan terbukti dapat memenuhi tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Pada uji T, variabel *UI* dan *UX* secara berurutan mendapatkan nilai 0,000 dan 0,001. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria dimana nilai *sig.* < 0,05 sehingga dapat dikatakan *UI* dan *UX* mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia secara parsial. Hasil uji F memperoleh nilai *sig.* sebesar 0,000 memenuhi kriteria dimana nilai *sig.* < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa *UI* dan *UX* secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia. Hasil uji F tersebut sesuai dengan hipotesis 3 penelitian yang menyatakan bahwa *user interface* (*UI*) dan *user experience* (*UX*) secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia. Hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa *user interface* dan *user experience* Tokopedia secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 56,2% terhadap kepuasan pengguna. Sementara 43,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Kemudian, hasil uji korelasi parsial memenuhi kriteria dimana nilai *sig.* kedua variabel *UI* dan *UX* lebih kecil dari 0,05 dan nilai korelasi *pearson* pada angka positif. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa *user interface* dan *user experience* berkorelasi dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Tokopedia.

Hasil uji korelasi parsial tersebut sesuai dengan hipotesis 1 dan hipotesis 2 dalam penelitian yang menyatakan bahwa *user interface* (*UI*) secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia (H1) dan *user experience* (*UX*) secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia (H2). Berdasarkan pembahasan diatas, dapat dikatakan bahwa penelitian ini sudah berhasil dalam membuktikan fenomena dimana *user interface* (*UI*) dan *user experience* (*UX*) secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Muhamad Amirlulah Syaputra (2021) mengenai pengaruh *user interface* dan *user experience* terhadap kepuasan pengguna yang mendapati hasil bahwa *user interface* dan *user experience* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Z. Zahidi, Y. P. Lim & P. C. Woods (2014) dan penelitian Chih-Yin Liu & Jung-Yu Lai (2015) yang menyimpulkan bahwa *user interface* dan *user experience* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa *user interface (UI)* dan *user experience (UX)* mempengaruhi kepuasan pengguna Tokopedia baik secara parsial maupun simultan. Kedua variabel *UI* dan *UX* mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna sebesar 54,2%. *User interface* dan *user experience* keduanya memiliki arah hubungan yang positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya adalah semakin baik *user interface* dan *user experience* aplikasi Tokopedia maka akan semakin baik pula kepuasan pengguna-nya.

REFERENSI

- [1] Iprice.co.id. (2022). Peta E-Commerce Indonesia. Diakses pada 31 Agustus 2022, dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- [2] Liu, C. Y. & Lai, J. Y. (2015) Improving Customers Satisfaction to the Development of User Interface Design for Mobile Shopping Through QFD. Iafor: The Asian Conference on Psychology and Behavioral Sciences 2015 Official Conference Proceedings
- [3] DeLone, W., and McLean E.R. (1992). Information System Success: The Quest for The Dependent Variabel
- [4] Muslim, E., Moch, B. N., Wilgert, Y., Utami, F. F., & Indriyani, D. (2019). User interface redesign of e-commerce platform mobile application (Kudo) through user experience evaluation to increase user attraction. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 508(1), [012113]. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/508/1/01211>
- [5] Darmawan, Ruly. (2013). Pengalaman, Usability, dan Antarmuka Grafis: Sebuah Penelusuran Teoritis. ITB Journal of Visual Art and Design. 4. 95-102.
- [6] Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., (2015), Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. 8th Ed. Springer, New York
- [7] Tokopedia.com (2022). Tentang Tokopedia. Diakses pada 31 Agustus 2022 dari <https://www.tokopedia.com/about/>
- [8] Syahputra, Muhamad Amirlulah. (2021). Pengaruh Kegunaan, Informasi, Layanan Interaksi, User Interface

- Dan User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Website Detik.Com Metode Webqual 4.0, User Experience Questionnaire (Ueq) Dan Eight Golden Rules. JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing), [S.l.], v. 5, n. 2, p. 274-293, dec. 2021. ISSN 2597-3673.
- [9] Z. Zahidi, Y. P. Lim and P. C. Woods (2014), Understanding the user experience (UX) factors that influence user satisfaction in digital culture heritage online collections for non-expert users. *Science and Information Conference*, 2014, pp. 57-63, doi: 10.1109/SAL.2014.6918172
 - [10] Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
 - [11] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
 - [12] Janna, N. M., & HERIANTO, H. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. Retrieved from <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
 - [13] Sujarweni, V & Poly Endrayanto. (2012). Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.

David, mahasiswa S1, program studi Sistem Informasi Universitas Tarumanagara.