

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEBERMANFAATAN, *USABILITY* DAN PENGALAMAN PENGGUNA
TERHADAP FREKUENSI DAN REKOMENDASI PENGGUNAAN APLIKASI
LOKAPASAR**

TUGAS AKHIR



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1031/Un.02/DST/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Usability dan Pengalaman Pengguna Terhadap Frekuensi dan Rekomendasi Penggunaan Aplikasi Lokapasar

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SETIAWAN JUNAIDI
Nomor Induk Mahasiswa : 20106050070
Telah diujikan pada : Senin, 26 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6847a10257233

Ketua Sidang

Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.
SIGNED



Valid ID: 683f9ba0ac856

Penguji I

Prof. Dr. Ir. Shofwatul 'Uyun, S.T., M.Kom.,
IPM., ASEAN Eng.
SIGNED



Valid ID: 683e9ba9bcb1

Penguji II

Dwi Otik Kurniawati, M.Eng.
SIGNED



Valid ID: 68490720e2b90

Yogyakarta, 26 Mei 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Setiawan Junaidi

NIM : 20106050070

Program Studi : Teknik Informatika

Fakultas : Sains dan Teknologi

Dengan ini saya menyatakan bahwa isi skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil pekerjaan penulis sendiri sepanjang pengetahuan penulis, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali bagian tertentu yang penulis ambil sebagai bahan acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 9 Mei 2025

Yang menyatakan,



Setiawan Junaidi
NIM. 20106050070

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan

Skripsi/Tugas Akhir Lamp

: -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan
Teknologi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Setiawan Junaidi
NIM : 20106050070
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, *Usability*, Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Frekuensi Dan Rekomendasi Penggunaan Aplikasi Lokapasar

Sudah dapat diajukan Kembali kepada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Mei 2025

Pembimbing

Dr. Agung Fatwanto, S. Si., M.Kom
NIP. 19770103 200501 1 003

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun, dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen Tugas Akhir ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

“Skripsi ini bukan akhir, tapi gerbang menuju perjalanan yang lebih besar”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, yaitu ayah M. Junaidi dan bunda Solehati, serta kakak saya M. Maulidil Mubarak dan adik saya Naufal Anjaha.



INTISARI

Perkembangan teknologi informasi menjadi pendorong adanya peningkatan penggunaan lokapasar sebagai aplikasi yang sering digunakan untuk transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana frekuensi dan rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan, pengalaman pengguna, *usability*, dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan instrumen kuesioner dari UMUX, TAM, UEQ, dan NPS®. Sampel penelitian ini berjumlah sebanyak 2.365 responden yang merupakan warga negara Indonesia. Selanjutnya dianalisis menggunakan metode *partial least squares-structural equation modeling* (PLS-SEM).

Penelitian ini menggunakan dua model yakni pada model satu terdapat UEQ dan UMUX berpengaruh signifikan terhadap PEOU dan selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap PU. Akan tetapi, PEOU dan PU terhadap Frek tidak memiliki pengaruh signifikan, selanjutnya Frek terhadap NPS® juga tidak menghasilkan pengaruh signifikan. Sedangkan pada model dua, tidak menambahkan Frek lalu mendapatkan hasil analisis yang lebih baik. Pada model dua ini, UEQ dan UMUX memiliki pengaruh signifikan terhadap PEOU dan selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap PU, kemudian terdapat pengaruh signifikan terhadap NPS®.

Hasil uji hipotesis pada model satu ini menghasilkan tiga dari enam hipotesis diterima, hal ini menunjukkan terdapat variabel dalam model satu ini yang tidak memiliki pengaruh signifikan dalam mendukung hipotesis pada penelitian ini. Hasil uji hipotesis pada model dua ini menghasilkan lima dari lima hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel-variabel pada model dua memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna.

Kata Kunci: Lokapasar, *usability*, *partial least squares-structural equation modeling* (PLS-SEM), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *perceived usefulness* (kebermanfaatan), *user experience* (pengalaman pengguna)

ABSTRACT

The development of information technology has led to an increase in the use of lokapasar as an application that is often used for transactions involving online buying and selling. The purpose of this study is to determine how the frequency and recommendation of using the lokapasar application is influenced by perceived usefulness, user experience, usability, and ease of use. This research uses quantitative methods using questionnaire instruments from UMUX, TAM, UEQ, and NPS®. The sample of this study amounted to 2,365 respondents who are Indonesian citizens. Furthermore, it was analyzed using the partial least squares-structural equation modeling (PLS-SEM) method.

This study uses two models, namely in model one, UEQ and UMUX have a significant effect on PEOU and then have a significant effect on PU. However, PEOU and PU on Frek have no significant effect, then Frek on NPS® also does not produce a significant effect. Whereas in model two, not adding Frek and then getting better analysis results. In this model two, UEQ and UMUX have a significant effect on PEOU and then have a significant effect on PU, then there is a significant effect on NPS®.

The results of hypothesis testing in model one resulted in three of the six hypotheses being accepted, this shows that there are variables in model one that do not have a significant effect in supporting the hypothesis in this study. The results of hypothesis testing in model two resulted in five of the five hypotheses being accepted, which means that the variables in model two have a significant influence in increasing user loyalty.

Keywords: Lokapasar, usability, partial least squares-structural equation modeling (PLS-SEM), perceived ease of use, perceived usefulness, user experience.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, *Usability* dan Pengalaman Pengguna Terhadap Frekuensi dan Rekomendasi Penggunaan Aplikasi Lokapasar”. Tidak lupa Sholawat serta Salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat. Semoga kita diakui sebagai Ummat-Nya. Tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di program studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Banyak pihak yang memberikan dukungan dan bimbingan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis dengan rendah hati mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu ayah M.Junaidi dan bunda Solehati yang telah mendidik saya sejak kecil, dan membesarkan saya hingga sekarang sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dan juga untuk kakak saya yaitu M. Maulidil Mubarak dan adik saya Naufal Anjaha yang secara tidak langsung juga memberikan dukungan kepada saya
2. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Muhammad Mustakim, S.T. M.T, selaku Ketua Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta seluruh dosen dan karyawan program studi Informatika yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama melaksanakan perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Prof. Dr. Ir. Shofwatul 'Uyun, S.T., M.Kom., IPM., ASEAN Eng. Selaku dosen penasihat akademik penulis selama berkuliah di UIN Sunan Kalijaga.
6. Bapak Dr. Agung Fatwanto, S. Si., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang membantu penulis dalam memberikan ilmu dan arahan selama penyusunan skripsi.
7. Semua pihak yang turut berkontribusi dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

8. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Setiawan Junaidi. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena sudah memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa lelah atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih sudah menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah karena sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini adalah pencapaian yang harus dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah dan terus semangat dimanapun berada, Iwan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan karya ini di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis, para pembaca, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	III
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	IV
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	V
MOTTO.....	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
INTISARI.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 HIPOTESIS	4
1.4 BATASAN MASALAH	5
1.5 MANFAAT TUGAS AKHIR	5
1.6 TUJUAN TUGAS AKHIR.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.2 LANDASAN TEORI	11
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2. <i>Pengalaman Pengguna (User experience)</i>	12
3. <i>Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease of Use)</i>	14
4. <i>Persepsi Kebermanfaatan (Usefulness)</i>	16
5. <i>Net Promoter Score</i>	17
6. <i>Usability Metric for User Experience (UMUX)</i>	17
7. <i>Lokapasar (Marketplace)</i>	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 LOKASI DAN WAKTU.....	19
3.2 ALAT DAN BAHAN.....	19
3.3 TAHAPAN PENELITIAN.....	20
1. Studi Literatur	20
2. Penyusunan Instrumen.....	20
3. Penyebaran Kuesioner	21
4. Pengumpulan Data.....	21
5. Analisis Data.....	21
6. Pengambilan Kesimpulan	21
3.4 TEKNIK ANALISIS DATA.....	21
1. Uji Normalitas	22
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	23
3. Uji Korelasi.....	24
4. <i>Partial Least Square - Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 UJI NORMALITAS.....	27
4.2 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	28
4.3 UJI KORELASI.....	30

4.3.1	UMUX dengan UEQ.....	30
4.3.2	UMUX dengan NPS®.....	31
4.3.3	UEQ dengan NPS®	32
4.3.4	UMUX dengan PEOU	33
4.3.5	PEOU & PU dengan NPS®	34
4.3.6	UMUX dengan PU.....	35
4.3.7	PEOU & PU dengan Frekuensi Penggunaan lalu dengan NPS®.....	36
4.3.8	UMUX dengan Frek.....	37
4.3.9	UEQ dengan Frek.....	38
4.4	ANALISIS <i>PARTIAL LEAST SQUARE - STRUCTURAL EQUATION MODELLING</i> (PLS-SEM).....	39
4.4.1	Model Satu	39
4.4.2	Model Dua.....	49
BAB V KESIMPULAN		59
5.1	KESIMPULAN	59
5.2	SARAN	60
DAFTAR PUSTAKA.....		61



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Tabel Penelitian terdahulu</i>	<i>10</i>
<i>Tabel 3. 1 Pengukuran Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)</i>	<i>23</i>
<i>Tabel 3. 2 Pengukuran Cronbach Alpha</i>	<i>24</i>
<i>Tabel 3. 3 Pengukuran Nilai R²</i>	<i>26</i>
<i>Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas Tiap Pertanyaan</i>	<i>27</i>
<i>Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Kuesioner UMUX</i>	<i>28</i>
<i>Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner UMUX</i>	<i>28</i>
<i>Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Kuesioner UEQ</i>	<i>29</i>
<i>Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner UEQ</i>	<i>29</i>
<i>Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Kuesioner TAM</i>	<i>30</i>
<i>Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner TAM</i>	<i>30</i>
<i>Tabel 4. 8 Correlations UMUX Dengan UEQ</i>	<i>31</i>
<i>Tabel 4. 9 Correlations UMUX Dengan NPS®</i>	<i>32</i>
<i>Tabel 4. 10 Correlations UEQ Dengan NPS®</i>	<i>33</i>
<i>Tabel 4. 11 Correlations UMUX Dengan PEOU</i>	<i>34</i>
<i>Tabel 4. 12 Correlations PEOU & PU Dengan NPS®</i>	<i>35</i>
<i>Tabel 4. 13 Correlations UMUX Dengan PU</i>	<i>36</i>
<i>Tabel 4. 14 Correlations PEOU & PU Dengan Frekuensi Penggunaan Lalu Dengan NPS®</i>	<i>37</i>
<i>Tabel 4. 15 Correlations UMUX Dengan Frekuensi Penggunaan</i>	<i>38</i>
<i>Tabel 4. 16 Correlations UEQ Dengan Frekuensi Penggunaan</i>	<i>39</i>
<i>Tabel 4. 17 Outer Loadings Model 1</i>	<i>40</i>
<i>Tabel 4. 18 Hasil Uji Construct Reliability and Validity</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 4. 19 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 4. 20 Perbandingan nilai AVE dengan $\sqrt{AVE}$</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 4. 21 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	<i>42</i>
<i>Tabel 4. 22 Hasil Uji Q2</i>	<i>45</i>
<i>Tabel 4. 23 Hasil Uji R2</i>	<i>46</i>
<i>Tabel 4. 24 Hasil uji f2</i>	<i>47</i>
<i>Tabel 4. 25 Hasil Uji T-test</i>	<i>48</i>
<i>Tabel 4. 26 Outer Loadings Model 2</i>	<i>50</i>
<i>Tabel 4. 27 Hasil Uji Construct Reliability and Validity</i>	<i>51</i>
<i>Tabel 4. 28 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	<i>51</i>
<i>Tabel 4. 29 Perbandingan nilai AVE dengan $\sqrt{AVE}$</i>	<i>52</i>
<i>Tabel 4. 30 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	<i>52</i>
<i>Tabel 4. 31 Hasil Uji Q2</i>	<i>54</i>
<i>Tabel 4. 32 Hasil Uji R2</i>	<i>55</i>
<i>Tabel 4. 33 Hasil uji f2</i>	<i>56</i>
<i>Tabel 4. 34 Hasil Uji T-test</i>	<i>57</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan website e-commerce di Indonesia periode kuartal II-2022</i>	2
<i>Gambar 4. 1 UMUX Dengan UEQ</i>	31
<i>Gambar 4. 2 UMUX Dengan NPS®</i>	32
<i>Gambar 4. 3 UEQ Dengan NPS®</i>	33
<i>Gambar 4. 4 UMUX Dengan PEOU</i>	34
<i>Gambar 4. 5 PEOU & PU Dengan NPS®</i>	35
<i>Gambar 4. 6 UMUX Dengan PU</i>	35
<i>Gambar 4. 7 PEOU & PU Dengan Frekuensi Penggunaan Lalu Dengan NPS®</i>	36
<i>Gambar 4. 8 UMUX Dengan Frekuensi Penggunaan</i>	37
<i>Gambar 4. 9 UEQ Dengan Frekuensi Penggunaan</i>	38
<i>Gambar 4. 10 Model 1</i>	39
<i>Gambar 4. 11 Model 2</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Kuesioner	64
--------------------------------------	----



BAB I

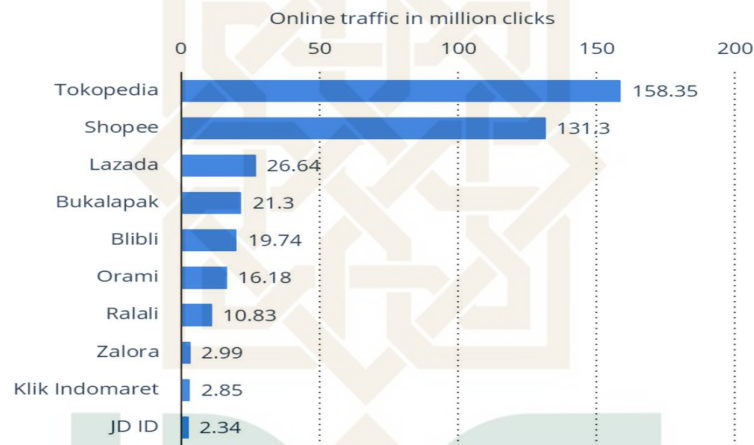
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi pada saat ini mengalami perkembangan yang membuat kita sebagai pengguna media sosial dapat dengan mudah mendapatkan informasi secara global dan aktual. Menurut Nurhayati dan Yudiantini (2020), teknologi informasi telah mempercepat pertukaran informasi dan memberikan kemudahan layanan dalam berbagai sektor, seperti sektor pendidikan hingga sektor informasi[1]. Teknologi informasi dalam hal ini menawarkan keuntungan yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyebaran informasi. Selain itu, menurut Wawan Wardiana (2022) mengatakan bahwa manfaat dari perkembangan teknologi informasi juga memberikan perkembangan dalam produktivitas, yang memungkinkan pengguna dapat melaksanakan aktivitas dengan tepat, akurat, dan cepat. Dalam terjadinya fenomena perkembangan teknologi informasi, dapat kita lihat bermacam-macam aktivitas dalam dunia pekerjaan sudah menerapkan digitalisasi industri 4.0, seperti *e-education*, *e-medicine*, *e-government*, dan *e-commerce*[2]. Hal ini menyatakan bahwa untuk mendukung produktivitas, efisiensi, dan daya saing teknologi informasi dalam dunia kerja sudah menjadi keharusan dalam revolusi industri 4.0. Implementasi teknologi informasi pada konteks *e-commerce*, yaitu tersedianya platform-platform lokapasar yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Lokapasar ini sebagai bentuk perkembangan teknologi yang menjadi platform jual beli secara daring dari bermacam-macam sumber. Lokapasar sangat berperan penting bagi pelaku bisnis dan pengguna dalam kegiatan jual beli secara daring. Platform ini menjadi media untuk mempromosikan suatu produk kepada pengguna lokapasar[3]. Lokapasar memberikan proses transaksi lebih efisien bagi pelaku bisnis dan pengguna, dengan begitu pelaku bisnis dapat memasarkan secara daring dan pengguna dapat dengan mudah menggunakan layanan lokapasar dimanapun dan kapanpun. Platform lokapasar yang umum digunakan seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan yang lainnya menjadi peran penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Merujuk pada hasil laporan dari Pusat Data dan

Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan, dengan jumlah akses sebanyak 158,35 juta pada kuartal kedua tahun 2022, Tokopedia menjadi *e-commerce* yang paling banyak diakses, dan disusul oleh Shopee dengan 131,3 juta pengguna. Beberapa *e-commerce* yang populer di Indonesia selain Tokopedia dan Shopee antara lain seperti Lazada, Bukalapak, Blibli, Orami, Ralali, Zalora, Klik Indomart, dan JD.ID[4]. Dari hasil data tersebut membuktikan bahwa seberapa besar peran lokapasar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Indonesia, seperti kebutuhan pokok bahkan kebutuhan barang elektronik.



Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan website *e-commerce* di Indonesia periode kuartal II-2022

(Sumber: Kementerian Perdagangan RI)

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia juga berhasil berkembang karena keberadaan lokapasar, yang mana telah menunjang UMKM dalam memperbesar jangkauan pasar mereka dan juga menerapkan akses yang mudah bagi penggunanya. Oleh karena itu, sangat penting bagi pihak lokapasar dalam menjaga dan terus mengembangkan pengalaman pengguna untuk mempertahankan loyalitas di tengah-tengah persaingan yang sangat kuat. Dalam hal ini, pengalaman pengguna menjadi peran penting dalam menentukan bagaimana persepsi setiap pengguna pada lokapasar yang digunakannya. Oleh sebab itu, pengalaman pengguna sangat berpengaruh terhadap penggunaan layanan lokapasar. Pengalaman pengguna didefinisikan sebagai sebuah respon dari pengguna ketika menggunakan suatu sistem atau layanan. Respon pengguna ini antara lain emosional, preferensi, persepsi, respon fisik, dan psikologis dari pengguna[5].

Menurut Hassenzahl (2008) menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan loyalitas pengguna dan frekuensi penggunaan[6]. Pengalaman pengguna yang baik yaitu mencakup dalam kemudahan penggunaan (*ease of use*), kebermanfaatan (*usefulness*), dan responsivitas sistem agar meningkatkan loyalitas pengguna lokapasar. Pengalaman pengguna dalam konteks lokapasar memiliki aspek fungsional dan emosional yang meliputi antarmuka pengguna, kemudahan dalam bertransaksi, dan kepuasan pengguna dalam menggunakan lokapasar. Dari dua aspek tersebut dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan.

Menurut Davis (1989) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dan tingkat penerimaan suatu sistem adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan[7]. Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan ketika pengguna dapat dengan mudah menggunakan suatu sistem dan sistem tersebut tidak menimbulkan masalah bagi penggunanya[8]. Dengan demikian, pengguna akan sering menggunakan platform tersebut jika mudah digunakan dan ramah pengguna. Oleh sebab itu, persepsi kemudahan penggunaan pada suatu platform lokapasar dapat meningkatkan loyalitas pengguna.

Selain persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan juga berperan penting dalam memengaruhi loyalitas pengguna lokapasar. Persepsi kebergunaan dapat didefinisikan ketika pengguna merasa bahwa dalam menggunakan suatu platform terdapat kebermanfaatan yang mengembangkan kinerja pekerjaan[9]. Dengan demikian, ketika suatu platform dapat memberikan kebermanfaatan yang bisa meningkatkan efisiensi dan kinerja pekerjaan, para pengguna akan sering menggunakan platform tersebut. Hal ini juga dapat meningkatkan loyalitas pengguna pada suatu lokapasar.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan dalam dunia lokapasar, belum banyak yang secara eksplisit mengabungkan keempat variabel yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, pengalaman pengguna, dan *usability* terhadap frekuensi dan rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar di Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk melengkapi *research gap* pada penelitian terdahulu dan menghasilkan pemahaman baru bagi pengembang

lokapasar. Dengan menghasilkan pemahaman yang lebih baik dari pengaruh keempat variabel ini, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembang dan pihak lokapasar dalam membuat inovasi baru yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi kepada pembaca dan akademisi sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diambil dari latar belakang diatas untuk menyelesaikan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, *usability*, dan pengalaman pengguna terhadap frekuensi dan rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar?

1.3 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Model satu

H1: Frekuensi penggunaan berpengaruh terhadap rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap frekuensi penggunaan aplikasi lokapasar

H3: Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan

H4: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap frekuensi penggunaan

H5: Pengalaman pengguna berpengaruh terhadap persepsi kemudahan pengguna

H6: *Usability* berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan

- Model dua

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar

H2: Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan

H3: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar

H4: Pengalaman pengguna berpengaruh terhadap persepsi kemudahan pengguna

H5: *Usability* berpengaruh terhadap persepsi kemudahan pengguna

1.4 Batasan Masalah

Dari latar belakang diatas, tugas akhir ini memiliki batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dibatasi untuk pengguna aktif platform lokapasar di Indonesia yang telah menggunakan atau bertransaksi pada layanan lokapasar minimal 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir
2. Penelitian ini berfokus pada variabel persepsi kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, *usability*, dan pengalaman pengguna
3. Penelitian ini menggunakan objek penelitian pada platform lokapasar yang umum dan banyak digunakan di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lainnya
4. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari pengguna lokapasar selama bulan oktober

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat menjadi literatur tentang beberapa aspek yang mempengaruhi perilaku pengguna ketika menggunakan lokapasar, terutama dalam persepsi kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, *usability*, dan pengalaman pengguna
2. Penelitian ini dapat meningkatkan wawasan tentang persepsi kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, *usability*, dan pengalaman pengguna pada platform lokapasar di Indonesia
3. Penelitian ini dapat menjadi rekomendasi untuk para pengembang platform lokapasar dalam mengoptimalkan dari persepsi kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, *usability*, dan pengalaman pengguna

1.6 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, *usability*, dan pengalaman pengguna terhadap frekuensi dan rekomendasi penggunaan aplikasi lokapasar di Indonesia.



BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil analisis kedua model pada penelitian ini yakni pada model satu variabel UEQ dan UMUX memiliki pengaruh signifikan terhadap PEOU dan selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap PU. Akan tetapi, variabel PEOU dan PU terhadap Frek tidak memiliki pengaruh signifikan, selanjutnya Frek terhadap NPS® juga tidak menghasilkan pengaruh signifikan. Hasil ini menyatakan bahwa frekuensi penggunaan tidak memiliki pengaruh langsung dalam meningkatkan kemungkinan pengguna untuk merekomendasikan layanan / sistem. Hasil uji hipotesis pada model satu ini menghasilkan tiga dari enam hipotesis diterima, hal ini menunjukkan terdapat variabel dalam model satu ini yang tidak memiliki pengaruh signifikan dalam mendukung hipotesis pada penelitian ini. Sedangkan pada model dua, yang didalamnya tidak menambahkan variabel Frek, mendapatkan hasil analisis yang lebih baik. Pada model dua ini, UEQ dan UMUX memiliki pengaruh signifikan terhadap PEOU dan selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap PU, kemudian terdapat pengaruh signifikan terhadap NPS®. Hasil ini menunjukkan bahwa layanan atau sistem yang mudah digunakan dan memiliki kebermanfaatan untuk pengguna akan lebih baik untuk meningkatkan loyalitas dan kemungkinan para pengguna merekomendasikan layanan atau sistem daripada seberapa sering layanan atau sistem digunakan. Pada intinya, pengalaman pengguna yang baik dan *usability* yang baik sangat berpengaruh pada loyalitas dibandingkan frekuensi penggunaan. Hasil uji hipotesis pada model dua ini menghasilkan lima dari lima hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel-variabel pada model dua memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa frekuensi penggunaan (Frek) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *net promoter score* (NPS®). Oleh karena itu, terdapat saran yang bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya yaitu dengan menggunakan variabel lain agar berpotensi lebih baik untuk memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel antara lain *service quality*, *perceived enjoyment*, *user satisfaction*, *perceived value*, dan *trust*. Dengan menggunakan dari beberapa variabel yang disarankan diatas, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak literatur dalam bidang teknologi dan menghasilkan pemahaman lebih lanjut dalam meningkatkan loyalitas pengguna pada layanan atau sistem.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Nurhayati dan R. S. Yudiantini, “Sejarah Web Service Dalam Perkembangan Teknologi Informasi SEE Profile,” 2020. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.researchgate.net/publication/339677960>
- [2] Wawan Wardiana, “Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia *),” Bandung.
- [3] R. Yustiani, R. Yunanto, P. Studi Manajemen, dan P. Studi Komputerisasi Akuntansi, “Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi,” *Ilmiah Komputer dan*, vol. 6, no. 2, 2017.
- [4] Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan, “Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023 Pusat Data dan Sistem Informasi,” 2024.
- [5] V. Intanny dkk., “Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna Marketplace Jogjaplaza.id dengan Metode UEQ dan USE Questionnaire Measuring Usability and User Experience of The Marketplace of Jogjaplaza.id Using UEQ and USE Questionnaire,” 2018.
- [6] M. Hassenzahl, “User experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality,” dalam *ACM International Conference Proceeding Series*, 2008, hlm. 11–15. doi: 10.1145/1512714.1512717.
- [7] F. D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information,” 1989.
- [8] A. Kurniawan, F. Yulianti, T. E. Putri, I. Artikel, H. Artikel, dan T. Masuk, “The Effect of Perceived of Ease of Use, Perceived of Benefits, Trust, Perceived of Risk and Level of Understanding of Electronic Money On Interest In Using E-Money,” *Accounting Research Journal of Sutaatmadja*, 2022, doi: 10.35310/accruals.v6i01.947.
- [9] D. A. Adams, R. Nelson, dan P. A. Todd, “Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication,” 1992.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2013.
- [11] A. Hafidz, A. Prasetyo, M. Raharjo, dan U. N. Mandiri, “Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. Web Quality Analysis (ui/UX) in the marketplace using a Technology Acceptance Model (TAM) approach,” vol. 6, no. 2, hlm. 611–622, 2022, doi: 10.52362/jisicom.v6i2.958.
- [12] M. L. S. Nahas, B. B. Mitang, N. Huda, dan A. Manek, “Pengaruh Perceived Ease of Use dan Experience shopping terhadap Intention to buy dengan Perceived Usefulness sebagai Variabel Mediasi,” *Takuana: Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora*, vol. 2, no. 2, hlm. 126–138, Des 2023, doi: 10.56113/takuana.v2i2.82.
- [13] U. Prajogo STIE Malangkecewara, R. Artikel, dan K. Kunci, “Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Teknologi Marketplace dengan Attitude sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM di Kota Malang),” vol. 7, hlm. 62–68, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jtmi>

- [14] A. S. Saksono dan W. Untoro, "Model Konseptual Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Konsumen Dalam Penggunaan Aplikasi Shopee di Surakarta Dengan Discount Sebagai Variabel Moderasi," 2023.
- [15] R. F. Ramadhan, R. Komaladewi, dan A. Mulyana, "Online Purchase Decision Model From a Trust And Ease of Use Perspective In The Online Marketplace (Case Study at Tokopedia.Com)," *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, vol. 5, no. 1, 2021.
- [16] Endang Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan," vol. 09, Mei 2015.
- [17] D. Setyaningrat, I. Annas Mushlihin, dan A. Zunaidi, "Strategi Digitalisasi untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," vol. 2, hlm. 2023, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- [18] M. B. Wiryawan, "User Experience (UX) Sebagai Bagian Dari Pemikiran Desain Dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual," 2011.
- [19] S. F. Kuliga, T. Thrash, R. C. Dalton, dan C. Hölscher, "Virtual reality as an empirical research tool - Exploring user experience in a real building and a corresponding virtual model," *Comput Environ Urban Syst*, vol. 54, hlm. 363–375, Nov 2015, doi: 10.1016/j.compenvurbsys.2015.09.006.
- [20] S. Mahlke, "Understanding users' experience of interaction," 2014. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.researchgate.net/publication/228350252>
- [21] D. Q. Otey, "A methodology to develop usability / user experience heuristics," dalam *ACM International Conference Proceeding Series*, Association for Computing Machinery, Sep 2017. doi: 10.1145/3123818.3133832.
- [22] M. Shahfik, A. Bin, A. Ghani, S. N. Binti, dan W. Shamsuddin, "Definisi dan Konsep Pengalaman Pengguna (UX): Sorotan Literatur," 2020.
- [23] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information," 1989.
- [24] A. Sheikh dan A. Al-Aidaros, "Conceptual Model For Usable Multi-Modal Mobile Assistance During Umrah," 2017.
- [25] T. Partala dan T. Saari, "Understanding the most influential user experiences in successful and unsuccessful technology adoptions," *Comput Human Behav*, vol. 53, hlm. 381–395, Jul 2015, doi: 10.1016/j.chb.2015.07.012.
- [26] D. Shang dan W. Wu, "Understanding mobile shopping consumers' continuance intention," *Industrial Management and Data Systems*, vol. 117, no. 1, hlm. 213–227, 2017, doi: 10.1108/IMDS-02-2016-0052.
- [27] A. Aizpurua, S. Harper, dan M. Vigo, "Exploring the relationship between web accessibility and user experience," *International Journal of Human Computer Studies*, vol. 91, hlm. 13–23, 2016, doi: 10.1016/j.ijhcs.2016.03.008.
- [28] M. Zarour dan M. Alharbi, "User experience framework that combines aspects, dimensions, and measurement methods," *Cogent Eng*, vol. 4, no. 1, Jan 2017, doi: 10.1080/23311916.2017.1421006.
- [29] S. Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi Pertama. CV. Seribu Bintang, 2022. doi: 10.5281/zenodo.7754254.

- [30] W. Y. Sadgotra dan E. H. Saputra, "Perancangan Online Marketplace Untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Purworejo," *Jurnal Ilmiah DASI*, vol. 14, hlm. 54–58, 2013.
- [31] B. Putra Dewa dan D. B. Setyohadi, "Analisis Dampak Faktor Customer Relationship Management Dalam Melihat Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pada Pelanggan Marketplace di Indonesia," 2017.
- [32] K. Finstad, "The usability metric for user experience," *Interact Comput*, vol. 22, no. 5, hlm. 323–327, 2010, doi: 10.1016/j.intcom.2010.04.004.
- [33] I. Maryati, "Evaluasi Tingkat Kebergunaan Prototipe Repository Perpustakaan dengan Guerilla Usability Testing," *Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology*, vol. 5, no. 2, hlm. 70–75, Okt 2023, doi: 10.37823/insight.v5i2.320.
- [34] R. Lee dan A. Yusrin, "Analisi Strategi Perencanaan Ekspansi Bisnis SIAM91: Bawang Putih Goreng Toples SIAM91 Business Expansion Planning Strategy Analysis: JAR FRIED GARLIC," 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- [35] D. B. Grisaffe, "Questions About The Ultimate Question: Conseptual Considerations in Evaluating Reichheld's Net Promoter Score (NPS)," 2007. [Daring]. Tersedia pada: www.netpromoters.com
- [36] Yuliangga Nanda Hanief dan Wasif Himawanto, *Statistik Pendidikan*. CV. BUDI UTAMA, 2017. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.researchgate.net/publication/324438422>
- [37] Akbar Nasrum, *Uji Normalitas Data Untuk Penelitian*. Jayapangus Press, 2018. [Daring]. Tersedia pada: <http://jayapanguspress.org>
- [38] A. Tri Basuki, "Analisis Statistik Dengan SPSS."
- [39] N. Miftahul Janna dan D. Pembimbing, "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS," 2021.
- [40] J. F. . Hair, G. T. M. . Hult, C. M. . Ringle, dan Marko. Sarstedt, *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage, 2017.
- [41] M. A. Memon, T. Ramayah, J. H. Cheah, H. Ting, F. Chuah, dan T. H. Cham, "PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS: A REVIEW," *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, vol. 5, no. 1, hlm. i–xiv, 2021, doi: 10.47263/JASEM.5(1)06.
- [42] M. E. Jamu, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)," 2018.
- [43] A. Muhson, "Analisis Statistik dengan SmartPLS ii Analisis Statistik dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling," 2022.
- [44] H. Sukmawati dkk., "Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 03, hlm. 1845–1857, 2021, doi: 10.29040/jiei.v7i3.3615.