

**TUGAS AKHIR**

**EVALUASI USABILITAS TIKTOK SHOP SEBAGAI PLATFORM *SOCIAL*  
*COMMERCE* MENGGUNAKAN *USE QUESTIONNAIRE* DAN *IMPORTANCE-*  
*PERFORMANCE ANALYSIS***



Diajukan Oleh:

Sri Harmonis

22106050014

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

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

2026

# 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-1257/Un.02/DST/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : EVALUASI USABILITAS TIKTOK SHOP SEBAGAI PLATFORM SOCIAL COMMERCE MENGGUNAKAN USE QUESTIONNAIRE DAN IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SRI HARMONIS  
Nomor Induk Mahasiswa : 22106050014  
Telah diujikan pada : Selasa, 26 Mei 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng.  
SIGNED

Valid ID: 6a26919451a21



Penguji I

Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom.  
SIGNED

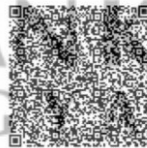
Valid ID: 6a2674e9d07c6



Penguji II

Dwi Otik Kurniawati, M.Eng.  
SIGNED

Valid ID: 6a261b4s4fa11



Yogyakarta, 26 Mei 2026  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

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

Valid ID: 6a278f25988da

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Harmonis  
NIM : 22106050014  
Program Studi : Informatika  
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “EVALUASI USABILITAS PENGALAMAN SOCIAL COMMERCE (Studi Kasus: Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan *USE Questionnaire* dan *Importance-Performance Analysis*)” merupakan penelitian saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Informatika pada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Yogyakarta, 08 Mei 2026  
Yang membuat pernyataan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Sri Harmonis  
22106050014

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir

Lamp :-

Kepada  
Yth.  
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Sunan Kalijaga  
DI Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

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

Nama : Sri Harmonis  
NIM : 22106050014  
Judul Skripsi : EVALUASI USABILITAS PENGALAMAN *SOCIAL*  
*COMMERCE* (Studi Kasus: Fitur TikTok Shop pada Aplikasi  
TikTok Menggunakan *USE Questionnaire* dan *Importance-*  
*Performance Analysis*)

Sudah dapat diajukan 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 berharap agar skripsi / tugas akhir Saudari dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, 08 Mei 2026  
Pembimbing,



Dr. Ir. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom.  
NIP.19710823 199903 1 003

## INTISARI

Pertumbuhan pesat ekosistem *social commerce* di Indonesia, khususnya melalui fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok, menimbulkan permasalahan usability yang belum terevaluasi secara komprehensif, sehingga berpotensi menghambat kualitas pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat usability fitur TikTok Shop berdasarkan persepsi pengguna, mengidentifikasi kesenjangan antara tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*), menentukan prioritas atribut yang perlu diperbaiki, serta menganalisis hubungan antar dimensi usability terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain penelitian evaluatif. Objek penelitian adalah fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen *USE Questionnaire* yang mengukur empat dimensi usability, yaitu *Usefulness*, *Ease of Use*, *Ease of Learning*, dan *Satisfaction*. Responden penelitian adalah 112 mahasiswa aktif Program Sarjana UIN Sunan Kalijaga yang pernah melakukan transaksi di TikTok Shop, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Importance-Performance Analysis* (IPA) sebagai metode utama, yang didukung oleh uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* dan korelasi *Spearman Rank Correlation* sebagai analisis inferensial pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usability fitur TikTok Shop berada pada kategori Baik dengan nilai *grand mean* kinerja sebesar 3,65 dari skala 5. Uji Wilcoxon mengonfirmasi terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dan kepentingan pengguna ( $p < 0,001$ ), dengan rata-rata kesenjangan sebesar -0,17 dan tingkat kesesuaian 95,55%. Pemetaan diagram kartesius IPA mengidentifikasi enam atribut prioritas perbaikan pada Kuadran I, yang seluruhnya berada pada dimensi *Ease of Use* dan *Ease of Learning*, dengan stabilitas aplikasi (EOU5) sebagai titik paling kritis. Hasil korelasi Spearman membuktikan bahwa seluruh dimensi usability memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan dimensi *Ease of Use* sebagai faktor penentu terkuat ( $r_s = 0,788$ ).

Kata Kunci: *Social Commerce*, TikTok Shop, Usability, *USE Questionnaire*, *Importance-Performance Analysis*, Pengalaman Pengguna.

## **ABSTRACT**

*The rapid growth of the social commerce ecosystem in Indonesia, particularly through the TikTok Shop feature on the TikTok application, has given rise to usability issues that have not been comprehensively evaluated, potentially undermining the quality of user experience. This study aims to evaluate the usability level of TikTok Shop features based on user perceptions, to identify the gap between perceived performance and importance levels, to determine improvement priorities for usability attributes, and to analyze the relationships among usability dimensions in relation to user satisfaction. This study employed a descriptive quantitative approach with an evaluative research design. The research object was the TikTok Shop feature within the TikTok application. Data were collected using the USE Questionnaire instrument, which measures four usability dimensions: Usefulness, Ease of Use, Ease of Learning, and Satisfaction. Respondents consisted of 112 active undergraduate students at UIN Sunan Kalijaga who had conducted transactions on TikTok Shop, selected through purposive sampling. Data analysis was performed using Importance-Performance Analysis (IPA) as the primary method, supported by the Wilcoxon Signed-Rank Test and Spearman Rank Correlation as complementary inferential analyses. The findings indicate that the usability of TikTok Shop features falls within the Good category, with a grand mean performance score of 3.65 on a five-point scale. The Wilcoxon test confirmed a statistically significant difference between perceived performance and importance levels ( $p < 0.001$ ), with an average gap of -0.17 and a suitability level of 95.55%. IPA Cartesian diagram mapping identified six priority improvement attributes in Quadrant I, all belonging to the Ease of Use and Ease of Learning dimensions, with application stability (EOU5) as the most critical point. Spearman correlation analysis demonstrated that all usability dimensions exhibit positive and significant relationships with user satisfaction, with Ease of Use as the strongest determining factor ( $r_s = 0.788$ ).*

*Keywords: Social Commerce, TikTok Shop, Usability, USE Questionnaire, Importance-Performance Analysis, User Experience*

## HALAMAN MOTTO

*“Manusia tidak akan memperoleh selain dari apa yang diusahakannya. Usahamu akan diperlihatkan, lalu dibalas dengan balasan yang sempurna”*

**QS. An-Najm: 39-41**

*“Jangan pernah merasa tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekinya masing-masing.”*

**QS Maryam: 4**

*“Jangan takut jatuh, sebab yang tak pernah memanjatlah yang tak pernah jatuh. Jangan takut gagal, karena yang tak pernah gagal hanyalah mereka yang tak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, sebab dari kesalahan pertama, kita bisa belajar menemukan jalan yang benar di langkah berikutnya.”*

**– Buya Hamka**

*"Bungaku mekar di waktunya sendiri"*

Berhenti membandingkan langkahmu dengan orang lain, karena satu-satunya versi diriku yang harus aku lampau adalah diriku yang kemarin.

**– Unknown**

*“Semua Jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”*

**Bhaskara Putra – Hindia**

*"Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan."*

**– Nadin Amizah**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas karunia Allah SWT dan rasa syukur yang mendalam,  
skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Wadjan dan Almarhumah Suwartiah

Orang Tua tercinta

Idah, Suhartoyo, dan Retno Wati

Kakak-kakak tersayang

Keluarga, sahabat dan teman seperjuangan  
Yang selalu memberikan dukungan untuk penulis

Dan

Almamater tercinta

Program Studi Informatika  
Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju jalan kebenaran dan ilmu pengetahuan. Skripsi yang berjudul "*Evaluasi Usabilitas TikTok Shop sebagai Platform Social Commerce Menggunakan USE Questionnaire dan Importance-Performance Analysis*" ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Dr. Muhammad Mustakim, S.T. M.T. selaku Ketua Program Studi Informatika.
4. Ibu Dwi Otik Kurniawati, M.Eng. selaku sekretaris Program Studi Informatika.
5. Bapak Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN Eng. sebagai Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta dukungan luar biasa dalam meluangkan waktu di tengah kesibukannya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga, khususnya Program Studi Informatika, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan yang luas kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta. Bapak Wadjan dan Almarhumah Ibu Suwartiah, sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas cinta, doa, perjuangan, dan pengorbanan yang tidak akan pernah bisa terbalaskan. Untuk Bapak, terima kasih karena selalu menjadi sumber kekuatan dan alasan penulis terus bertahan hingga sampai di titik ini. Untuk Ibu, meskipun ragamu telah bahagia di surga, cinta dan doa Ibu selalu hidup di hati penulis dan menjadi kekuatan dalam setiap langkah kehidupan ini. Penulis percaya

bahwa setiap langkah yang berhasil dilewati hari ini tidak pernah lepas dari doa yang terus mengalir.

8. Kakak-kakak penulis, Idah dan Suhartoyo, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan bantuan dengan penuh kasih sayang. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Kakak Retno Wati, sosok yang selalu hadir memberikan semangat, perhatian, dan dukungan tanpa henti selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah banyak berjuang dan berkorban demi pendidikan penulis, bahkan di tengah keadaan dan impian yang mungkin belum sempat Kakak rasakan untuk dirinya sendiri. Meskipun Kakak tidak memiliki kesempatan untuk menempuh pendidikan perguruan tinggi, Kakak selalu berusaha memastikan penulis dapat terus melanjutkan kuliah, merasa cukup, dan tidak kehilangan harapan. Segala perhatian, pengorbanan, dan kasih sayang yang diberikan akan selalu menjadi hal yang paling berharga bagi penulis.
9. Keluarga besar yang selalu memberikan doa, perhatian, dan dukungan moral kepada penulis.
10. Marsha, Kiki, dan Husnul yang telah menemani perjalanan penulis sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan semangat dalam setiap prosesnya.
11. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Informatika angkatan 2022 dan seluruh pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh rekan satu tim KKN yang telah memberikan kebersamaan, dukungan, dan pengalaman berharga selama kegiatan pengabdian hingga penyusunan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabati korp AMETIS yang selalu hadir menemani, memberikan semangat, dan meyakinkan penulis bahwa penulis mampu melakukan banyak hal hebat di luar akademik. Terima kasih juga kepada keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) yang telah menjadi ruang bagi penulis untuk belajar, bertumbuh, dan memahami bahwa perjalanan hidup bukan hanya tentang pencapaian akademik, tetapi juga tentang proses menjadi manusia yang lebih baik, lebih kuat, dan lebih bermakna bagi sekitar.
14. Seluruh Keluarga besar KAPMI D.I. Yogyakarta yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis selama merantau ke Yogyakarta.
15. Teman-teman dan guru sejak masa sekolah TK, MI, MTs, hingga MAN yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis sampai saat ini.

16. Teman-teman paskibra MAN 1 Indramayu SATYABARA yang telah memberikan banyak kenangan, dukungan, dan kebersamaan kepada penulis selama masa sekolah hingga saat ini.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis menyampaikan banyak terima kasih atas segala bentuk bantuan, doa, dan dukungan yang telah diberikan.
18. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Sri Harmonis. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun sering merasa lelah, takut, dan kehilangan arah. Terima kasih karena selalu berusaha bangkit di setiap keadaan, bahkan ketika proses yang dijalani terasa berat dan berjalan tidak sesuai rencana. Terima kasih karena perlahan belajar menerima bahwa setiap orang memiliki waktunya masing-masing, sehingga tidak perlu terus membandingkan diri dengan pencapaian orang lain. Semua air mata, doa, perjuangan, dan proses yang dilewati telah mengantarkan pada titik ini. Tidak mudah, tetapi berhasil dilalui. Semoga setelah ini, diri ini akan terus tumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat, lebih baik, dan lebih bahagia lagi. *So proud of me*, semoga semesta selalu mendukung dan mempermudah setiap langkahmu.

Penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 08 Mei 2026

Penulis,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Sri Harmonis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 <i>Human-Computer Interaction</i> (HCI).....	15
2.2.2 <i>User Experience</i> (UX).....	17
2.2.3 Usabilitas .....	19
2.2.4 <i>Social Commerce</i> .....	21
2.2.5 TikTok Shop .....	23
2.2.6 <i>USE Questionnaire</i> .....	24
2.2.7 Metode Evaluasi Usabilitas .....	27
2.2.8 <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA) .....	35
2.2.9 Analisis Statistik Inferensial (Pendukung) .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
3.1 Alat dan Bahan Penelitian .....	41

3.1.1 Alat.....	41
3.1.2 Bahan.....	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1 Populasi .....	43
3.3.2 Sampel .....	43
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	45
3.4.1 Variabel Penelitian.....	45
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.5 Instrumen Penelitian.....	46
3.5.1 Pengembangan Instrumen.....	46
3.5.2 Struktur Kuesioner.....	47
3.5.3 Skala Pengukuran .....	48
3.5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	49
3.7 Teknik Analisis Data .....	51
3.7.1 Skoring Data Kuesioner.....	51
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
3.7.3 Interpretasi Kategori Skor Usabilitas .....	53
3.7.4 Analisis Importance-Performance Analysis (IPA).....	54
3.7.5 Analisis Statistik Inferensial (Pendukung) .....	57
3.7.6 Model Penelitian.....	60
3.7.7 Perangkat Lunak Analisis.....	62
3.8 Tahapan Penelitian .....	63
3.8.1 Identifikasi Masalah .....	64
3.8.2 Studi Literatur.....	64
3.8.3 Persiapan Instrumen .....	64
3.8.4 Uji Coba Instrumen .....	65
3.8.5 Penyebaran kuesioner.....	65
3.8.6 Pengumpulan Data.....	65
3.8.7 Pengolahan dan Analisis data .....	65
3.8.8 Hasil dan Rekomendasi .....	66
3.8.9 Kesimpulan dan Saran.....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>68</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	68

4.2 Hasil Uji Instrumen .....	69
4.2.1 Uji Validitas .....	69
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	70
4.3 Karakteristik Demografis Responden .....	71
4.3.1 Analisis Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.3.2 Analisis Berdasarkan Fakultas .....	71
4.3.3 Analisis Berdasarkan Angkatan .....	72
4.3.4 Analisis Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	73
4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	73
4.4.1 Interpretasi Kategori Skor .....	74
4.4.2 Statistik Deskriptif Dimensi Kegunaan ( <i>Usefulness</i> ) .....	74
4.4.3 Statistik Deskriptif Dimensi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ).....	76
4.4.4 Statistik Deskriptif Dimensi Kemudahan Belajar ( <i>Ease of Learning</i> ) .....	79
4.4.5 Statistik Deskriptif Dimensi Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) .....	81
4.4.6 Rekapitulasi Capaian Dimensi <i>USE Questionnaire</i> .....	83
4.5 Analisis <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA) .....	84
4.5.1 Analisis Nilai Kesenjangan (Gap) dan Tingkat Kesesuaian ( <i>Tki</i> ) .....	85
4.5.2 Penentuan Titik Potong ( <i>Grand mean</i> ) .....	87
4.5.3 Analisis Diagram Kartesius IPA .....	87
4.5.4 Analisis Berdasarkan Dimensi <i>USE Questionnaire</i> .....	100
4.6 Analisis Inferensial Pendukung.....	103
4.6.1 Hasil Uji Normalitas.....	104
4.6.2 Hasil Uji Perbedaan (Wilcoxon Signed-Rank Test) .....	105
4.6.3 Hasil Uji Korelasi (Spearman Rank Correlation).....	106
4.7 Usulan Perbaikan Sistem (Rekomendasi) .....	108
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Ringkasan Tinjauan Pustaka.....	12
<b>Tabel 2. 2</b> Item Pertanyaan USE Questionnaire .....	26
<b>Tabel 2. 3</b> Item Pertanyaan dan Skala Likert SUS .....	28
<b>Tabel 2. 4</b> Definisi Kategori HEART Metrics .....	30
<b>Tabel 2. 5</b> Prinsip Evaluasi Heuristik Jakob Nielsen.....	31
<b>Tabel 2. 6</b> Hasil Perbandingan Model Evaluasi Usabilitas .....	33
<b>Tabel 3. 1</b> Operasional Variabel Penelitian.....	46
<b>Tabel 3. 2</b> Blueprint Instrumen Penelitian.....	48
<b>Tabel 3. 3</b> Bobot Skala Likert Penelitian.....	48
<b>Tabel 3. 4</b> Interpretasi Kategori Skor Mean .....	54
<b>Tabel 3. 5</b> Interpretasi Kekuatan Hubungan .....	60
<b>Tabel 4. 1</b> Uji Validitas .....	69
<b>Tabel 4. 2</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	70
<b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
<b>Tabel 4. 4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	72
<b>Tabel 4. 5</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	72
<b>Tabel 4. 6</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	73
<b>Tabel 4. 7</b> Interpretasi Kategori Skor Mean .....	74
<b>Tabel 4. 8</b> Statistik Deskriptif Kinerja Dimensi Usefulness.....	74
<b>Tabel 4. 9</b> Statistik Deskriptif Kepentingan Dimensi Usefulness .....	75
<b>Tabel 4. 10</b> Statistik Deskriptif Kinerja Dimensi Ease of Use .....	77
<b>Tabel 4. 11</b> Statistik Deskriptif Kepentingan Dimensi Ease of Use.....	78
<b>Tabel 4. 12</b> Statistik Deskriptif Kinerja Dimensi Ease of Learning.....	79
<b>Tabel 4. 13</b> Statistik Deskriptif Kepentingan Dimensi Ease of Learning .....	80
<b>Tabel 4. 14</b> Statistik Deskriptif Kinerja Dimensi Satisfaction .....	81
<b>Tabel 4. 15</b> Statistik Deskriptif Harapan Dimensi Satisfaction.....	82
<b>Tabel 4. 16</b> Rekapitulasi Nilai Mean per Dimensi USE.....	83
<b>Tabel 4. 17</b> Nilai Kesenjangan dan Tingkat Kesesuaian ( <i>Tki</i> ).....	85
<b>Tabel 4. 18</b> Pemetaan Atribut Usabilitas Berdasarkan Diagram Kartesius IPA .....	88
<b>Tabel 4. 19</b> Distribusi Atribut Per Dimensi Berdasarkan Kuadran IPA .....	100
<b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji Normalitas ( <i>Shapiro-Wilk</i> ).....	104
<b>Tabel 4. 21</b> Hasil Uji Wilcoxon (Ranks) .....	105
<b>Tabel 4. 22</b> Test Statistics Wilcoxon.....	106
<b>Tabel 4. 23</b> Hasil Uji Korelasi Spearman .....	106

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Alur Interaksi Manusia dan Komputer .....	16
<b>Gambar 2. 2</b> Komponen User Experience (UX) menurut Frank Guo .....	18
<b>Gambar 2. 3</b> Diagram Venn Social Commerce .....	22
<b>Gambar 2. 4</b> Antarmuka TikTok Shop .....	24
<b>Gambar 2. 5</b> Diagram Kartesius Importance-Performance Analysis (IPA).....	36
<b>Gambar 3. 1</b> Grafik Standar Deviasi .....	53
<b>Gambar 3. 2</b> Model Penelitian.....	60
<b>Gambar 3. 3</b> Alur Tahapan Penelitian.....	63
<b>Gambar 4. 1</b> Diagram Kartesius Importance-Performance Analysis (IPA).....	88
<b>Gambar 4. 2</b> Normal Q-Q Plot of DIFF .....	104



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran I</b> Data Observasi Awal .....	121
<b>Lampiran II</b> Perhitungan Jumlah Populasi .....	122
<b>Lampiran III</b> Item Pertanyaan Kuesioner Penelitian .....	123
<b>Lampiran IV</b> Hasil Uji Kuesioner.....	127



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam sepuluh tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah mentransformasikan cara orang berinteraksi secara sosial dan melakukan aktivitas ekonomi di seluruh dunia. Berdasarkan laporan data statistik terbaru dari *Digital 2026 Global Overview* (data per Oktober 2025), jumlah identitas pengguna media sosial di seluruh dunia kini telah mencapai angka yang sangat signifikan, yaitu menyentuh 5,66 miliar pengguna atau setara dengan 68,7% dari total populasi global [1]. Integrasi antara media sosial dan aktivitas perdagangan ini melahirkan fenomena *Social commerce*, di mana platform media sosial berevolusi menjadi ekosistem yang memfasilitasi interaksi sosial sekaligus transaksi jual beli. Fenomena ini menciptakan peluang pasar yang besar, khususnya di negara-negara berkembang yang memiliki tingkat penerimaan internet yang tinggi, seperti Indonesia. Laporan *Digital 2026: Indonesia* mencatat bahwa ekosistem digital nasional terus tumbuh pesat, dengan jumlah pengguna internet mencapai 230 juta dan pengguna aktif media sosial menembus angka 180 juta pengguna, menjadikan negara ini pasar yang sangat strategis bagi pertumbuhan ekonomi digital [2]. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap bagaimana teknologi memengaruhi keputusan dan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi di ruang digital.

Di tengah persaingan platform digital yang ketat, TikTok muncul sebagai fenomena global yang mendominasi pasar aplikasi seluler, khususnya di Indonesia. Data terbaru yang dirilis pada pertengahan tahun 2025 mencatat bahwa Indonesia kembali memperkuat kedudukannya sebagai negara dengan basis pengguna TikTok terbanyak di Asia Tenggara. Berdasarkan laporan yang mengutip data internal perusahaan tersebut, pengguna aktif bulanan (*Monthly Active Users*) TikTok di Indonesia dilaporkan telah menembus angka 160 juta pengguna [3]. Keberhasilan ini didukung oleh TikTok Shop sebagai platform *social commerce* yang mengintegrasikan aktivitas media sosial, pencarian produk, transaksi pembelian, pembayaran, hingga pelacakan pesanan dalam satu ekosistem digital. Platform ini memungkinkan pengguna untuk menemukan produk, berinteraksi dengan penjual melalui siaran langsung, dan melakukan pembayaran tanpa harus meninggalkan

aplikasi [4]. Dominasi ini menegaskan pentingnya evaluasi kualitas sistem dan layanan untuk menjaga loyalitas pengguna.

Meskipun memiliki basis pengguna yang masif, popularitas sebuah aplikasi *social commerce* tidak serta-merta menjamin kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) yang optimal. Dalam konteks aplikasi seluler, usability menjadi faktor krusial menentukan keberhasilan atau kegagalan retensi pengguna dalam jangka panjang [5]. Pengguna modern, khususnya Generasi Z, memiliki standar ekspektasi yang tinggi terhadap antarmuka yang intuitif dan efisien. Penelitian menunjukkan bahwa desain antarmuka, interaksi, dan performa sistem secara langsung mempengaruhi pengalaman pengguna [6]. Oleh sebab itu, evaluasi teknis terhadap antarmuka pengguna sangat penting guna memastikan bahwa aplikasi dapat digunakan secara efektif.

Observasi awal yang dilakukan peneliti melalui ringkasan ulasan pengguna pada *Google Play Store* (2025) menunjukkan adanya berbagai permasalahan teknis pada fitur TikTok Shop yang berdampak langsung pada kenyamanan pengguna. Pengguna melaporkan adanya kendala fatal pada antarmuka (*interface*), seperti ikon keranjang belanja ("keranjang kuning") yang tidak muncul pada perangkat tertentu, fitur belanja yang tiba-tiba menghilang dari akun pengguna, hingga kesalahan tata letak (*layout*) pada fitur peta lokasi. Selain masalah antarmuka, ketidakpuasan pengguna juga dipicu oleh kegagalan sistem transaksi (*system reliability*), termasuk proses pengembalian dana (*refund*) yang tidak cair setelah pembatalan pesanan dan limit pembayaran *paylater* yang tidak kembali meski tagihan telah dibayar. Permasalahan-permasalahan ini menunjukkan adanya kelemahan pada aspek kehandalan sistem dan desain antarmuka yang mengindikasikan perlunya evaluasi usability terhadap TikTok Shop sebagai sebuah sistem *social commerce* secara menyeluruh, bukan hanya pada fitur tertentu.

Permasalahan di atas diperparah dengan kompleksitas fitur TikTok Shop yang menggabungkan media sosial dan *e-commerce*, yang berpotensi menimbulkan beban kognitif bagi pengguna. Studi menunjukkan bahwa dorongan pembelian impulsif dalam *social commerce* sangat dipengaruhi oleh bagaimana platform memfasilitasi interaksi dan kemudahan akses [7]. Jika antarmuka aplikasi sulit dipahami atau membingungkan akibat eror teknis seperti yang dilaporkan pengguna, hal ini dapat menghambat kepuasan dan menurunkan intensitas penggunaan aplikasi. Masalah keamanan dan kejelasan informasi pada antarmuka peramban dalam aplikasi (*in-app browsing*) juga menjadi perhatian serius yang dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna [8].

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengevaluasi usability TikTok Shop, namun hasil yang diperoleh menunjukkan variasi temuan yang cukup signifikan. Sebuah penelitian yang menerapkan metode *System Usability Scale* (SUS) mengungkapkan bahwa TikTok Shop menunjukkan tingkat usability yang sangat baik dengan nilai 79,49, yang masuk dalam kategori *Acceptable* dan *Excellent* [9]. Temuan positif serupa juga didapatkan dalam penelitian lain yang menggunakan kerangka kerja HEART, di mana metrik kebahagiaan (*Happiness*) pengguna mencapai persentase 80,1% dan adopsi fitur mencapai 81% [10]. Selain itu, analisis menggunakan metode *Naive Bayes* menunjukkan tingkat akurasi kepuasan terhadap *user interface* sebesar 88,33%, mengindikasikan bahwa pengguna cenderung puas dengan tampilan visual aplikasi [11]. Penelitian-penelitian ini cenderung menggambarkan TikTok Shop sebagai platform yang sudah matang dan mudah diterima oleh pasar pada periode tersebut.

Namun, penelitian terkini yang dilakukan pada fase pasca-pembukaan kembali layanan menunjukkan adanya hasil evaluasi yang bersifat kontradiktif dibandingkan dengan temuan sebelumnya. Studi yang dilakukan oleh Gulo et al. dengan menerapkan metode *System Usability Scale* (SUS) mengungkapkan adanya penurunan usability TikTok Shop yang cukup signifikan, dengan perolehan skor sebesar 59,35. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa sistem berada pada kategori *Marginal* dengan *grade D* atau *Poor* [12]. Rendahnya skor tersebut menunjukkan adanya permasalahan usability yang cukup serius, terutama pada masa transisi layanan. Namun demikian, hasil penelitian tersebut belum sepenuhnya mempresentasikan kondisi terkini dari ekosistem TikTok Shop, yang telah mengalami perkembangan dan perubahan mendasar baik dari aspek fitur maupun kebijakan layanan.

Sejak dilakukannya merger resmi pada awal 2024, TikTok Shop telah bertransformasi menjadi ekosistem *e-commerce* yang lebih terintegrasi dengan Shop Tokopedia. Integrasi ini tidak hanya menghadirkan penambahan fitur dan kebijakan baru, tetapi juga membawa perubahan pada proses bisnis, alur transaksi, pengelolaan penjual, serta sistem layanan yang digunakan pengguna. Salah satu perubahan tersebut adalah peluncuran *Seller Center* terintegrasi, hadirnya ShopTokopedia Mall, serta kebijakan pengembalian barang dengan alasan *Change of Mind*. Perubahan-perubahan tersebut berpotensi memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas sistem, kemudahan penggunaan, efisiensi transaksi, dan tingkat kepuasan dalam menggunakan TikTok Shop sebagai platform *social commerce*.

Kehadiran fitur jaminan keaslian produk (*mall*) serta kemudahan dalam proses pengembalian barang (*Change of Mind*) secara teoritis berpengaruh terhadap beberapa dimensi utama pengalaman pengguna, yaitu *Trust* (Kepercayaan), *Satisfaction* (Kepuasan), dan *Ease of Use* (Kemudahan penggunaan). Dengan adanya perubahan tersebut, hasil evaluasi usability yang dilakukan sebelumnya menjadi kurang relevan untuk mempresentasikan kondisi aplikasi saat ini. Oleh sebab itu, diperlukan pengukuran ulang guna memastikan apakah penambahan fitur-fitur tersebut mampu meningkatkan tingkat usability yang sebelumnya dinilai rendah.

Selain itu, evaluasi menggunakan atribut Nielsen pada segmen Generasi Z menemukan bahwa meskipun aspek *Learnability* (kemudahan belajar) tergolong tinggi, masih terdapat kendala nyata pada aspek *Efficiency* dan penanganan *Errors* saat proses transaksi [13]. Analisis komparatif terhadap aplikasi *e-commerce* juga menunjukkan bahwa meskipun populer, terdapat preferensi yang berbeda-beda di kalangan Generasi Z terkait usability aplikasi belanja [14]. Lebih lanjut, penelitian yang menerapkan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) beserta model *DeLone & McLean* menemukan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas konten, namun aspek lain mungkin belum optimal [15]. Meskipun beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan analisis kuadran seperti *Importance-Performance Analysis* (IPA), penerapannya dalam konteks TikTok Shop masih terbatas pada kerangka umum seperti HEART [16], dan belum secara mendalam menggunakan dimensi usability yang lebih spesifik seperti *USE Questionnaire*. Adanya temuan penurunan kualitas usability pada penelitian terakhir, disertai dengan perubahan fitur yang signifikan (seperti fitur *Mall* dan kebijakan Retur baru) mengindikasikan perlunya dilakukan evaluasi ulang menggunakan pendekatan diagnostik yang lebih mendalam dan terarah.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) baik dari sisi aspek metodologi dan objek penelitian. Sebagian besar penelitian terdahulu masih bergantung pada metode *System Usability Scale* (SUS) yang hanya memberikan nilai tunggal, sehingga kurang mampu mendiagnosis secara spesifik dimensi mana (kegunaan, kemudahan, atau kepuasan) yang menjadi akar permasalahan [17]. Selain kesenjangan metode, masih terbatas penelitian yang secara spesifik mengevaluasi usability TikTok Shop sebagai platform *social commerce* pasca integrasi dengan Shop Tokopedia, baik dari aspek sistem, layanan, maupun perubahan fitur yang memengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya belum mengintegrasikan analisis perbedaan antara tingkat kinerja dan kepentingan

pengguna serta belum banyak menganalisis hubungan antar dimensi usability terhadap kepuasan pengguna secara kuantitatif. Padahal, pemahaman mengenai hubungan antar variabel tersebut penting untuk mengetahui faktor mana yang paling memiliki keterkaitan paling kuat terhadap kepuasan pengguna.

Kelompok mahasiswa ini merupakan bagian utama dari Generasi Z yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap perubahan fitur dan teknologi digital. Di samping itu, sekadar mengetahui skor usability tanpa mengetahui atribut mana yang paling mendesak untuk diperbaiki sering kali membuat rekomendasi penelitian menjadi kurang aplikatif. Oleh karena itu, diperlukan instrumen yang mampu memecah variabel usability secara lebih rinci sekaligus memetakan prioritas perbaikan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengatasi kesenjangan tersebut melalui integrasi metode *USE Questionnaire* dan *Importance-Performance Analysis* (IPA), yang belum banyak diterapkan pada konteks evaluasi TikTok Shop pada demografi mahasiswa. Metode *USE Questionnaire* memiliki keunggulan dalam mengukur empat parameter spesifik: Kegunaan (*Usefulness*), Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*), Kemudahan Belajar (*Ease of Learning*), dan Kepuasan (*Satisfaction*) secara terpisah namun terintegrasi [18]. Sementara itu, metode IPA akan diterapkan untuk menganalisis perbedaan antara tingkat kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) dari setiap atribut usability tersebut, serta memetakannya ke dalam diagram kartesius empat kuadran [19].

Selain itu, penelitian ini juga menambahkan uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* untuk mengidentifikasi perbedaan signifikan antara *performance* dan *importance*, serta analisis korelasi *Spearman Rank Correlation* sebagai analisis pendukung untuk mengetahui hubungan antara dimensi usability dengan kepuasan pengguna. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan evaluasi yang lebih mendetail serta rekomendasi perbaikan yang tepat sasaran dibandingkan sekadar skor kelayakan global. *USE Questionnaire* dan *Importance-Performance Analysis* (IPA) dijadikan sebagai metode utama dalam penelitian ini, sedangkan uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* dan *Spearman Rank Correlation* sebagai analisis pendukung untuk memperkuat temuan penelitian.

Keterbatasan penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada skor akhir tanpa mendalami persepsi spesifik pengguna terhadap alur interaksi dan prioritas perbaikan menjadi titik tolak kebaruan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bukan hanya mengukur tingkat usability, melainkan juga mengidentifikasi hubungan antar variabel dan menentukan prioritas perbaikan secara sistematis, sehingga memberikan kontribusi yang

lebih aplikatif dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya, serta mengintegrasikan *USE Questionnaire*, *Importance-Performance Analysis*, *Wilcoxon Signed-Rank Test*, dan *Spearman Rank Correlation* untuk mengevaluasi TikTok Shop sebagai platform sosial media yang terintegrasi dengan *e-commerce*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan tentang masalah sebelumnya, terutama mengenai adanya keluhan teknis dan inkonsistensi hasil evaluasi usability dalam penelitian terdahulu, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana tingkat usability fitur TikTok Shop berdasarkan persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga jika diukur dari dimensi *USE Questionnaire* (*Usefulness*, *Ease of Use*, *Ease of Learning* dan *Satisfaction*)?
- b. Bagaimana tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) pada atribut usability fitur TikTok Shop?
- c. Apakah terdapat kesenjangan (*gap*) antara tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) pada atribut usability fitur TikTok Shop?
- d. Atribut usability manakah yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki (*Main Priority*) berdasarkan analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA)?
- e. Apakah terdapat hubungan antara dimensi usability (*Usefulness*, *Ease of Use*, dan *Ease of Learning*) dengan kepuasan pengguna (*Satisfaction*) berdasarkan analisis korelasi Spearman?

## 1.3 Batasan Penelitian

Untuk menjadikan penelitian ini lebih spesifik, terfokus, dan mendalam, serta mengingat kompleksitas aplikasi TikTok sebagai *Super App*, maka ditentukan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Objek Penelitian: Fokus penelitian hanya pada fitur TikTok Shop (termasuk keranjang belanja, *check out*, dan antarmuka pelacakan pesanan). Fitur media sosial lain seperti *For You Page* (FYP), pembuatan konten video, atau filter kamera tidak termasuk dalam cakupan penelitian kecuali berkaitan langsung dengan proses belanja.
- b. Subjek Penelitian: Responden dibatasi pada mahasiswa aktif (Program Sarjana/S1) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang merepresentasikan Generasi Z sebagai pengguna dominan *social commerce*.
- c. Kriteria Responden: Responden merupakan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang pernah melakukan transaksi atau minimal pernah berinteraksi dengan fitur TikTok

Shop minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir untuk memastikan ingatan mengenai antarmuka masih relevan.

- d. Metode Evaluasi: Pengumpulan data menggunakan instrumen *USE Questionnaire* (*Usefulness, Ease of Use, Ease of Learning* dan *Satisfaction*) dengan skala Likert, sementara analisis data menggunakan uji *Wilcoxon Signed-Rank Test, Importance-Performance Analysis* (IPA) guna memetakan prioritas perbaikan, dan korelasi *Spearman Rank Correlation*.
- e. Dimensi Penelitian: Penelitian ini berfokus pada pengukuran empat dimensi dari *USE Questionnaire*, yaitu *Usefulness, Ease of Use, Ease of Learning*, dan *Satisfaction* sebagai dimensi utama dalam evaluasi usability.
- f. Perspektif Pengguna: Evaluasi dilakukan murni dari sudut pandang Pembeli (*Buyer*), dan tidak mencakup pengalaman antarmuka dari sisi Penjual (*Seller Center*) atau kreator afiliasi.
- g. Ruang Lingkup Analisis: Analisis dalam penelitian ini terbatas pada evaluasi dari sisi pengguna akhir (*end-user*) dan tidak mencakup analisis teknis seperti arsitektur sistem, keamanan basis data, performa server, atau aspek *back-end* lainnya.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis tingkat usability fitur TikTok Shop berdasarkan dimensi *USE Questionnaire* (*Usefulness, Ease of Use, Ease of Learning*, dan *Satisfaction*).
- b. Mengidentifikasi tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) pada setiap atribut usability fitur TikTok Shop.
- c. Menganalisis kesenjangan (*gap*) antara tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) pada atribut usability.
- d. Menentukan prioritas perbaikan atribut usability berdasarkan analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA).
- e. Menganalisis hubungan antara dimensi usability dengan kepuasan pengguna menggunakan uji korelasi *Spearman Rank Correlation* sebagai analisis pendukung.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan, baik dari segi teoretis maupun praktis, untuk semua pihak yang memiliki kepentingan.

- a. Manfaat Teoretis

- 1) Pengembangan Ilmu: Memberikan kontribusi literatur di bidang Interaksi Manusia dan Komputer (*Human-Computer Interaction*) khususnya mengenai integrasi evaluasi usability dan analisis kinerja pada platform *social commerce* yang memiliki karakteristik berbeda dengan *e-commerce* konvensional.
  - 2) Referensi Akademik: Menjadi rujukan empiris untuk menjembatani kesenjangan (*research gap*) dari penelitian terdahulu yang memiliki hasil kontradiktif (antara kategori "*Excellent*" dan "*Poor*") terkait kualitas usability TikTok Shop.
- b. Manfaat Praktis
- 1) Bagi Pengembang Aplikasi (TikTok): Memberikan masukan berbasis data mengenai atribut antarmuka yang termasuk dalam kuadran prioritas perbaikan utama, guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna.
  - 2) Bagi Pengguna (Mahasiswa): Meningkatkan pemahaman pengguna mengenai standar kualitas aplikasi belanja daring sehingga dapat menjadi pengguna yang lebih kritis terhadap layanan digital.
  - 3) Bagi Peneliti: Sebagai sarana implementasi ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan serta memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi usabilitas fitur TikTok Shop menggunakan metode *USE Questionnaire* dan *Importance-Performance Analysis* (IPA) pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Tingkat usabilitas fitur TikTok Shop berdasarkan persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga secara keseluruhan berada pada kategori Baik. Hal ini dibuktikan melalui penilaian pada keempat dimensi *USE Questionnaire*, di mana dimensi *Ease of Learning* mencatat nilai *grand mean* kinerja tertinggi sebesar 3,79, diikuti oleh dimensi *Usefulness* (3,70), *Ease of Use* (3,60), dan *Satisfaction* sebagai dimensi dengan nilai terendah (3,58). Secara keseluruhan, nilai *grand mean* kinerja (*performance*) sistem mencapai 3,65 dari skala 5, yang mengindikasikan bahwa fitur TikTok Shop telah mampu memenuhi kebutuhan pengguna umum pada seluruh dimensi usabilitasnya.
- b. Tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) fitur TikTok Shop menunjukkan pola yang konsisten pada seluruh dimensi, di mana nilai kinerja secara keseluruhan berada di bawah nilai kepentingan. Nilai *grand mean* kinerja (*performance*) tercatat sebesar 3,65, sedangkan nilai *grand mean* kepentingan (*importance*) sebesar 3,82. Pada tingkat dimensi, *Ease of Learning* memiliki nilai *performance* tertinggi (3,79) dengan *importance* 3,90, sementara *Ease of Use* mencatat nilai *performance* terendah kedua (3,60) dengan *importance* tertinggi (3,85). Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun sistem dinilai sudah baik, tingkat kinerja yang ada belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pengguna pada setiap dimensinya.
- c. Terdapat kesenjangan (*gap*) yang signifikan secara statistik antara tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) pada fitur TikTok Shop. Hasil analisis IPA menunjukkan nilai rata-rata *gap* total sebesar -0,17 dengan tingkat kesesuaian ( $T_{Ki}$ ) sebesar 95,55%, di mana kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi *Ease of Use* ( $gap = -0,25$  dan  $T_{Ki} = 93,49\%$ ) dan kesenjangan terkecil pada dimensi *Ease of Learning* ( $gap = -0,11$  dan  $T_{Ki} = 97,18\%$ ). Temuan ini diperkuat oleh hasil uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* yang mengonfirmasi bahwa perbedaan antara kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) tersebut signifikan secara statistik.

dengan nilai  $p < 0,001$ , yang berarti terdapat perbedaan nyata antara realitas penggunaan dengan harapan mahasiswa.

- d. Berdasarkan pemetaan diagram kartesius IPA, terdapat enam atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan (*Main Priority*) karena berada di Kuadran I, yaitu stabilitas aplikasi (EOU5), kemudahan navigasi utama (EOU3), kejelasan menu pelacakan pesanan (EOU6), kemudahan menghubungi penjual (EOU7), konsistensi tata letak fitur (EOU11), dan kejelasan makna simbol atau ikon (EOL3). Seluruh atribut prioritas tersebut terkonsentrasi pada dua dimensi, yaitu *Ease of Use* (5 atribut: EOU3, EOU5, EOU6, EOU7, EOU11) dan *Ease of Learning* (1 atribut: EOL3), yang mengindikasikan bahwa aspek kemudahan penggunaan merupakan area yang paling mendesak untuk diperbaiki guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna fitur TikTok Shop.
- e. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara dimensi usability *Usefulness*, *Ease of Use*, dan *Ease of Learning* dengan kepuasan pengguna (*Satisfaction*). Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan bahwa seluruh dimensi tersebut berkontribusi secara nyata terhadap kepuasan pengguna, dengan dimensi *Ease of Use* sebagai faktor penentu terkuat yang memiliki koefisien korelasi tertinggi sebesar  $r_s = 0,788$ . Hal ini menegaskan bahwa kemudahan interaksi antarmuka merupakan faktor determinan utama yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga sebagai pengguna fitur social commerce TikTok Shop.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, disusun beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan oleh pihak terkait:

- a. Bagi Pengembang TikTok Shop
  - 1) Melakukan optimasi stabilitas sistem aplikasi pada sisi *backend* guna meminimalisir kendala teknis dan keluar paksa (*force close*) saat transaksi, mengingat atribut stabilitas (EOU5) memiliki tingkat kesesuaian ( $T_{ki}$ ) terendah yakni 88,74%.
  - 2) Melakukan redesain antarmuka berbasis prinsip *user-centered design*, khususnya pada penyeragaman tata letak dan konsistensi posisi menu utama seperti fitur “Chat” dan “Keranjang” agar mudah diakses secara konsisten di seluruh halaman aplikasi.

- 3) Meningkatkan transparansi informasi transaksi melalui penyajian data pelacakan pesanan yang lebih presisi dan terintegrasi secara akurat dengan peta lokasi guna mengatasi masalah pergeseran titik kurir.
  - 4) Melakukan optimalisasi tata letak teks keterangan pada ikon agar terhindar dari masalah teks terpotong (*text truncation*), serta menyamakan bentuk dan warna lencana (*badge*) fitur seperti simbol "Mall" di seluruh halaman aplikasi agar tercipta konsistensi visual yang seragam.
- b. Bagi Penelitian Selanjutnya
- 1) Melakukan pengembangan penelitian dengan memperluas cakupan subjek dan jumlah sampel responden agar temuan lebih dapat digeneralisasi pada berbagai kelompok usia di luar mahasiswa.
  - 2) Menerapkan metode kuantitatif lanjutan seperti *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk menguji pengaruh hubungan sebab-akibat (kausalitas) antar variabel secara lebih mendalam.
  - 3) Menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) dengan teknik *Think-Aloud Protocol* untuk menggali kendala nyata pengguna saat berinteraksi dengan antarmuka aplikasi.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *Ease of Use* (kemudahan penggunaan) memiliki peran yang sangat dominan dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna pada platform *social commerce*. Secara praktis, temuan ini memberikan dasar pengambilan keputusan bagi pengembang sistem untuk memfokuskan perbaikan pada aspek interaksi antarmuka, stabilitas aplikasi, serta kejelasan informasi yang ditampilkan kepada pengguna. Sementara itu, secara akademis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi penggunaan metode *USE Questionnaire* dan *Importance-Performance Analysis (IPA)* dalam mengevaluasi usability sistem berbasis aplikasi digital, khususnya dalam konteks *social commerce*.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi bagi pengembangan kajian usability secara teoritis, tetapi juga memberikan manfaat praktis dalam meningkatkan kualitas sistem aplikasi serta daya saing platform digital di era ekonomi berbasis teknologi.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Kemp, “Digital 2026: Global Overview Report,” DataReportal - Global Digital Insights. Accessed: Dec. 16, 2025. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-global-overview-report>
- [2] S. Kemp, “Digital 2026: Indonesia,” DataReportal - Global Digital Insights. Accessed: Dec. 16, 2025. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- [3] G. P. Riyanto and W. K. Pertiwi, “Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 160 Juta, Terbanyak di Asia Tenggara,” Kompas.com. Accessed: Dec. 16, 2025. [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com/read/2025/07/30/14164347/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-160-juta-terbanyak-di-asia-tenggara>
- [4] H. Zhang, S. Zheng, and P. Zhu, “Why Are Indonesian Consumers Buying On Live Streaming Platforms? Research On Consumer Perceived Value Theory,” *Heliyon*, vol. 10, no. 13, Jul. 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e33518.
- [5] P. Weichbroth, “Usability Issues With Mobile Applications: Insights From Practitioners and Future Research Directions,” Feb. 2025, doi: 10.1109/ACCESS.2025.3573503.
- [6] G. Lu, S. Qu, and Y. Chen, “Understanding User Experience For Mobile Applications: A Systematic Literature Review,” Jun. 01, 2025, *Springer Nature*. doi: 10.1007/s42452-025-07170-3.
- [7] H. Azad Moghddam, J. Carlson, J. Wyllie, and S. Mahmudur Rahman, “Scroll, Stop, Shop: Decoding Impulsive Buying In Social Commerce,” *J. Bus. Res.*, vol. 182, Sep. 2024, doi: 10.1016/j.jbusres.2024.114776.
- [8] Z. Zhang, D. Wu, L. Li, and D. Gao, “On the Usability (In) Security Of In-App Browsing Interfaces In Mobile Apps,” in *ACM International Conference Proceeding Series*, Association for Computing Machinery, Oct. 2021, pp. 386–398. doi: 10.1145/3471621.3471625.
- [9] I. Purwandani, N. O. Syamsiah, and S. Nurwahyuni, “Perceived Usability Evaluation of TikTok Shop Platform Using the System Usability Scale,” *Sinkron*, vol. 8, no. 3, pp. 1389–1399, Jul. 2023, doi: 10.33395/sinkron.v8i3.12473.

- [10] A. Galib Andreas, P. Dellia, S. Rizqa Rahma, J. Nurqomariah, R. Soleha, and I. Sentiawati, "Analysis of User Experience (UX) in the Use of the TikTok Shop Application with the HEART Metrics Method," 2024. [Online]. Available: <https://ioinformatic.org/>
- [11] F. R. Seli and M. A. Ineke Pakereng, "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Tiktok Shop Berdasarkan UI/UX Menggunakan Metode Naïve Bayes," *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 4, no. 2, pp. 211–220, Jun. 2025, doi: 10.24246/itexplore.v4i2.2025.pp211-220.
- [12] C. Gulo, F. Jaya Gea, and A. Fau, "(Analisis Usability Testing Menggunakan Metode Sus (System Usability Scale) Terhadap Kepuasan Penggunaan Fitur Aplikasi Tiktok Shop)," *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 7, no. 3, 2024.
- [13] N. Komang, A. Trisna Dewi, N. Tri, and A. Putra, "Evaluasi Usability Aplikasi Tiktok Shop Berdasarkan Nielsen's Attributes Of Usability pada Konsumen Generasi Z Di Indonesia," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 13, no. 3, pp. 2830–7062, 2025, doi: 10.23960/jitet.v13i3S1.8059.
- [14] J. W. A. Lim, D. Deli, and D. A. Adnas, "Analisis Aplikasi E-Commerce pada Generasi Z dengan Pendekatan System Usability Scale," *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, vol. 5, no. 2, pp. 645–655, Apr. 2025, doi: 10.57152/malcom.v5i2.1851.
- [15] N. Ayu Nopitasari and D. Fatrianto Suyatno, "Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean," *JEISBI (Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence)*, vol. 04, no. 03, p. 2023, 2023.
- [16] T. Theresiawati, Ananda Alvi Al Fadhli Josephine, Henki Bayu Seta, and Rudhy Ho Purabaya, "Analisis User Experience Tiktok Shop Menggunakan Framework Heart dan Importance Performance Analysis," *JITSI: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, vol. 5, no. 4, pp. 199–205, Dec. 2024, doi: 10.62527/jitsi.5.4.319.
- [17] M. Kartika Sari, H. Jati Setyadi, and V. Zahrotun Kamila, "Penerapan Model Use Questionnaire untuk Menganalisis Usability yang Dipengaruhi oleh User Experience pada Aplikasi Shopee," 2023. [Online]. Available: <http://jurnal-itsi.org>

- [18] A. U. Safitra, A. M. B. Aji, B. O. Lubis, and B. Santoso, "Evaluasi Mobile Banking Dengan Pendekatan Use Questionnaire Dan Importance Performance Analysis," *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, vol. 8, no. 2, pp. 148–163, Sep. 2022, doi: 10.37012/jtik.v8i2.833.
- [19] F. D. Pratiwi *et al.*, "Evaluasi Website E-Commerce Bukalapak Menggunakan Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis (IPA)," *Jurnal Informatika dan Teknologi Komputer*, vol. 06, no. 01, 2025, [Online]. Available: <https://ejournalunsam.id/index.php/jicom/>
- [20] A. Dix, J. Finlay, G. D. Abowd, and R. Beale, "Human-Computer Interaction," 2004. [Online]. Available: [www.hcibook.com](http://www.hcibook.com)
- [21] Shneiderman and C. Paisant, *Designing The User Interface*. 2004. [Online]. Available: <http://www.aw-bc.com/dtui.clicking>
- [22] D. A. . Norman, *The Design Of Everyday Things*. Basic Books, 2013.
- [23] P. Pandey, K. Kaur, S. Thakhur, S. Negi, and . D., "Human-Computer Interaction in Cloud Systems," *International Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT)*, pp. 3282–3287, Jun. 2024, doi: 10.38124/ijisrt/ijisrt24apr2358.
- [24] S. Ntoa, "Usability and User Experience Evaluation in Intelligent Environments: A Review and Reappraisal," *Int. J. Hum. Comput. Interact.*, vol. 41, no. 5, pp. 2829–2858, 2025, doi: 10.1080/10447318.2024.2394724.
- [25] R. Mayasari and N. Heryana, "Konsep dan Teori Desain User Experience," 2024. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/377968095>
- [26] F. Guo, "More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I," UXmatters. Accessed: Dec. 17, 2025. [Online]. Available: [https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php?utm\\_source](https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php?utm_source)
- [27] N. F. Syahrozad and A. P. Subriadi, "Evaluation of User Experience: A Systematic Literature Review," in *E3S Web of Conferences*, EDP Sciences, Mar. 2024. doi: 10.1051/e3sconf/202450102009.
- [28] F. F. Alawiyah and D. S. Canta, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," *Journal of Information*

- System Research (JOSH)*, vol. 3, no. 4, pp. 344–350, Jul. 2022, doi: 10.47065/josh.v3i4.1574.
- [29] “Ergonomics Of Human-System Interaction-Part 11: Usability: Definitions and Concepts Copyright Protected Document,” 2018. [Online]. Available: <https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/d38dc274-d8d4-4fb9-8206->
- [30] J. Nielsen, *Usability Engineering*. 1994.
- [31] J. Rubin and D. Chisnell, “Handbook of Usability Testing Second Edition How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests.”
- [32] P. Weichbroth, “Usability Of Mobile Applications: A Systematic Literature Study,” *IEEE Access*, vol. 8, pp. 55563–55577, 2020, doi: 10.1109/ACCESS.2020.2981892.
- [33] T. P. Liang and E. Turban, “Introduction To The Special Issue Social Commerce: A Research Framework For Social Commerce,” Jan. 01, 2011. doi: 10.2753/JEC1086-4415160201.
- [34] F. E. Saputra, R. Komaladewi, and A. Mulyana, “The Effect of Social Commerce Constructs on Purchase Intention in Social Commerce in Bandung City,” *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam dan Multikulturalisme*, vol. 5, no. 2, pp. 720–740, Jul. 2023, doi: 10.37680/scaffolding.v5i2.3202.
- [35] R. D. Al-Jundi and A. Ardansyah, “The Influence of Social Commerce Construct on Consumer Trust and Purchase Intention at Shopee Indonesia,” *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, vol. 3, no. 7, Jul. 2024, doi: 10.55927/eajmr.v3i7.9722.
- [36] E. Frischa Aulia, R. Nurhasan, C. Juniar Prayoga, F. Ekonomi, and U. Garut, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce pada Tiktok Shop,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi)*, vol. 9, no. 1, 2025.
- [37] A. Lund, “Measuring Usability with the USE Questionnaire,” 2001. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/230786746>
- [38] S. Sukirman, L. Farhana, M. Ibharim, C. Soh Said, and B. Murtiyasa, “Development and Usability Testing of a Virtual Reality Game for Learning Computational Thinking,” *International Journal of Serious Games I*, vol. 11, no. 3, 2024, doi: 10.17083/ijsg.i11v3.670.

- [39] J. Brooke, "SUS: A Quick And Dirty Usability Scale," 1995. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/228593520>
- [40] M. Hyzy *et al.*, "System Usability Scale Benchmarking for Digital Health Apps: Meta-analysis," *JMIR Mhealth Uhealth*, vol. 10, no. 8, Aug. 2022, doi: 10.2196/37290.
- [41] K. Rodden, H. Hutchinson, and X. Fu, "Measuring the User Experience on a Large Scale: User-Centered Metrics for Web Applications."
- [42] Y. Astriani, D. Rosa Indah, M. Utari, M. Husni Syahbani, and J. Sistem Informasi, "Evaluating Netflix's User Experience (UX) Through The Lens Of The HEART Metrics Method," 2024. [Online]. Available: <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAIC>
- [43] S. Ssemugabi and R. De Villiers, "Effectiveness of heuristic evaluation in usability evaluation of e-learning applications in higher education," 2010.
- [44] J. Nielsen, R. Molich, and J. Bitnet Denmark, "Heuristic Evaluation Of User Interfaces," 1990.
- [45] R. Silva, A. C. Lima, E. Andrade, A. I. Martins, and N. P. Rocha, "Heuristic Evaluation of the Usability of a Mechanical Ventilator Interface through a Simulator," in *Procedia Computer Science*, Elsevier B.V., 2023, pp. 1232–1239. doi: 10.1016/j.procs.2023.01.406.
- [46] M. W. van. Someren, Y. F. . Barnard, and J. . Sandberg, *The think aloud method : a practical guide to modelling cognitive processes*. Academic Press, 1994.
- [47] M. Hertzum, "Concurrent or Retrospective Thinking Aloud in Usability Tests: A Meta-Analytic Review," *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, vol. 31, no. 3, Aug. 2024, doi: 10.1145/3665327.
- [48] J. A. Martilla and J. C. James, "Importance-Performance Analysis," 1977.
- [49] N. Wisudawati, M. G. Irfani, M. Hastarina, and B. Santoso, "Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti." [Online]. Available: <http://jurnal.um-palembang.ac.id/index.php/integrasi>
- [50] A. Wardhana, *Consumer Satisfaction In The Digital Edge*, Indonesia. Cv. Eureka Media Aksara, 2024.

- [51] U. Sekaran and R. Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 7th Edition. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons, 2016.
- [52] A. Field, *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*, 5th Edition. London: SAGE Publications, 2018.
- [53] G. D. Ahadi and N. N. L. E. Zain, "The Simulation Study of Normality Test Using Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling, and Shapiro-Wilk," *EIGEN MATHEMATICS JOURNAL*, pp. 11–19, Jun. 2023, doi: 10.29303/emj.v6i1.131.
- [54] S. Korkmaz and Y. Demir, "Investigation Of Some Univariate Normality Tests In Terms Of Type-I Errors And Test Power," Mar. 2023. Accessed: Apr. 23, 2026. [Online]. Available: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2847569>
- [55] U. Aulia *et al.*, *Statistik Parametrik (Teori Dan Aplikasi Dengan Spss)*. Bandung: Media Sains Indonesia , 2024.
- [56] R. P. Tapio, "The Role of Data Assumptions in Selecting Between Parametric and Nonparametric Tests," *Asian Journal of Probability and Statistics*, vol. 27, no. 11, pp. 127–135, Nov. 2025, doi: 10.9734/ajpas/2025/v27i11830.
- [57] Sugiyono and Bandung, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2023. [Online]. Available: [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- [58] H. Yu and A. D. Hutson, "A robust Spearman correlation coefficient permutation test," *Commun. Stat. Theory Methods*, vol. 53, no. 6, pp. 2141–2153, 2024, doi: 10.1080/03610926.2022.2121144.
- [59] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, Sixth. 2024.
- [60] N. Aziza, "Metodologi Penelitian 1 Deskriptif Kuantitatif," 2023.
- [61] N. F. Amin, S. Garancang, and K. Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* , vol. 14, no. 1, 2023.
- [62] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.