

ANALISIS KESUKSESAN TIKTOK SHOP MENGGUNAKAN *MODEL DELON DAN MCLEAN* UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PENGGUNA

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi mendorong pertumbuhan *e-commerce* di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu *platform* yang *significant* adalah TikTok Shop, yang memadukan fitur media sosial dan layanan belanja daring. Pada tahun 2024, *Gross Merchandise Value* (GMV) TikTok Shop di seluruh dunia mencapai US\$32,6 miliar, mencerminkan tingginya adopsi platform ini. Fitur seperti pembelian langsung melalui video, sistem pembayaran terintegrasi, dan interaksi *real-time* memberikan pengalaman belanja yang unik bagi pengguna. Namun, sejumlah kendala seperti deskripsi produk yang tidak akurat dan masalah teknis masih menjadi tantangan yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengevaluasi sejauh mana keberhasilan TikTok Shop dengan memanfaatkan model kesuksesan sistem informasi *DeLone and McLean*. Model ini mencakup beberapa dimensi penting kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode analisis data yang dilakukan melalui Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah menggunakan perangkat lunak AMOS versi 22. Responden penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Malikussaleh yang merupakan pengguna aktif TikTok Shop. Sebanyak sembilan hipotesis diuji, dengan hasil menunjukkan bahwa enam hipotesis signifikan dan tiga tidak signifikan. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan (H3) dan kepuasan pengguna (H6), sementara kualitas informasi hanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (H5). Penggunaan terbukti memengaruhi kepuasan pengguna (H7) dan minat berkelanjutan (H8), serta kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat berkelanjutan (H9). Sebaliknya, kualitas sistem dan kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan (H1 dan H2), dan kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (H4).

Kata Kunci: Tiktok Shop, *Model Delone Dan Mclean*, Kepuasan Pengguna, Manfaat Bersih, AMOS.

TIKTOK SHOP SUCCESS ANALYSIS USING DELON AND MCLEAN MODELS TO IMPROVE USER SATISFACTION

ABSTRACT

The rapid development of information technology has driven the growth of e-commerce globally, including in Indonesia. One of the most prominent platforms is TikTok Shop, which combines social media features with online shopping services. In 2024, TikTok Shop's global Gross Merchandise Value (GMV) reached US\$32.6 billion, reflecting the increasing adoption of this platform. Features such as direct purchases through videos, integrated payment systems, and real-time interactions provide users with a unique shopping experience. However, challenges such as inaccurate product descriptions and technical issues remain obstacles that can impact user satisfaction. This study aims to evaluate the success of TikTok Shop using the DeLone and McLean information system success model, which includes system quality, information quality, service quality, user satisfaction, and net benefits. The method used is a quantitative approach with Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques using AMOS software version 22. The study respondents are students from Malikussaleh University who are active users of TikTok Shop. Nine hypotheses were tested, with results showing that six hypotheses were significant and three were not significant. Service quality significantly influences usage (H3) and user satisfaction (H6), while information quality only significantly influences user satisfaction (H5). Usage was found to influence user satisfaction (H7) and sustained interest (H8), and user satisfaction influences sustained interest (H9). Conversely, system quality and information quality did not significantly influence usage (H1 and H2), and system quality did not significantly influence user satisfaction (H4).

Keywords: *TikTok Shop, Delone and Mclean Model, User Satisfaction, Net Benefits, AMOS.*