

ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PENGGUNA PADA PLATFORM TIKTOK SHOP *PROVIDED BY* TOKOPEDIA MENGUNAKAN METODE *END-USER COMPUTING SATISFACTION* (EUCS) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah membawa dampak yang signifikan pada pola perilaku konsumen dalam berbelanja. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah munculnya *e-commerce* di Indonesia yang semakin pesat dengan hadirnya platform inovatif yang memadukan konsep belanja daring dan hiburan, seperti TikTok Shop. Penelitian ini berfokus pada analisis kepuasan pengguna platform TikTok Shop menggunakan metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dimensi EUCS meliputi evaluasi terhadap variabel *content*, *format*, *accuracy*, *ease of use*, dan *timeliness*, sedangkan dimensi CSI meliputi evaluasi *perceived value*, *perceived quality*, dan *expectation*. Perbedaan mendasar antara kedua metode ini adalah EUCS mengukur kepuasan berdasarkan aspek teknis dan fungsional sistem, sementara CSI mengukur kepuasan berdasarkan ekspektasi dan persepsi pengguna terhadap nilai dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kedua metode dalam mengukur kepuasan pengguna serta mengevaluasi hasil perbandingan untuk peningkatan kepuasan pengguna pada *platform*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel EUCS yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna adalah *ease of use* dan *timeliness*, sedangkan variabel CSI yang berpengaruh signifikan adalah *perceived quality* dan *expectation*. Secara deskriptif, pengukuran kepuasan pengguna dari kedua metode memiliki hasil yang konsisten, yaitu EUCS 78% dan CSI 78,7%, dan memperoleh kategori baik. Hasil ini mengindikasikan adanya ruang untuk peningkatan beberapa aspek, Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami kepuasan pengguna dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan yang lebih optimal.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Kepuasan Pengguna, Tiktok Shop, EUCS, CSI, Google Colab, SmartPLS.

**ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PENGGUNA PADA
PLATFORM TIKTOK SHOP PROVIDED BY TOKOPEDIA
MENGUNAKAN METODE *END-USER COMPUTING*
SATISFACTION (EUCS) DAN *CUSTOMER*
SATISFACTION INDEX (CSI)**

ABSTRACT

The advancement of information technology has brought significant impact on consumer shopping behavior patterns. One of the most visible changes is the emergence of e-commerce in Indonesia which is growing rapidly with the presence of innovative platforms that combine online shopping and entertainment concepts, such as TikTok Shop. This research focuses on analyzing user satisfaction of the TikTok Shop platform using the End-User Computing Satisfaction (EUCS) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods. The EUCS dimensions include evaluation of content, format, accuracy, ease of use, and timeliness variables, while the CSI dimensions include evaluation of perceived value, perceived quality, and expectation. The fundamental difference between these two methods is that EUCS measures satisfaction based on technical and functional aspects of the system, while CSI measures satisfaction based on user expectations and perceptions of service value and quality. This research aims to compare both methods in measuring user satisfaction and evaluate the comparison results for improving user satisfaction on the platform. The analysis results show that the EUCS variables that significantly influence user satisfaction are ease of use and timeliness, while the CSI variables that significantly influence are perceived quality and expectation. Descriptively, user satisfaction measurements from both methods have consistent results, namely EUCS 78% and CSI 78.7%, and obtain a good category. These results indicate that there is room for improvement in several aspects. This research contributes to understanding user satisfaction and provides recommendations for more optimal development.

Keywords: *E-Commerce, User Satisfaction, TikTok Shop, EUCS, CSI, Google Colab, SmartPLS.*