

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi yang semakin modern berimplikasi secara signifikan terhadap pola perilaku konsumen dalam berbelanja. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah munculnya e-commerce. Perkembangan e-commerce di Indonesia semakin pesat dengan hadirnya platform-platform inovatif yang memadukan konsep belanja daring dan hiburan, seperti TikTok Shop. Platform ini menjadi salah satu tren baru dalam berbelanja, khususnya bagi generasi muda. Inovasi ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga meningkatkan pengalaman belanja konsumen[1].

Kepuasan pengguna merupakan faktor kunci dalam keberhasilan layanan belanja *online*[2]. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dapat mempengaruhi loyalitas dan frekuensi pembelian[3]. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan metode yang tepat dalam mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna. Terdapat dua metode yang lazim digunakan untuk mencapai tujuan ini, yaitu *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), meskipun menawarkan pendekatan berbeda satu sama lain, keduanya dapat saling melengkapi. Dalam konteks TikTok Shop, studi yang akan dilakukan ini fokus untuk menganalisis serta membandingkan hasil pengukuran kepuasan pengguna melalui kedua metode tersebut. Dengan pertumbuhan pesat TikTok Shop, penting untuk memahami bagaimana aspek teknis (yang diukur oleh EUCS) dan aspek emosional atau holistik (yang diukur oleh CSI) memengaruhi kepuasan pengguna.

Dengan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Perbandingan Kepuasan Pengguna pada Platform Tiktok Shop Provided by Tokopedia Menggunakan Metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)**”, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan strategis bagi pengelola TikTok Shop untuk terus berinovasi dan memenuhi ekspektasi konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan dan

keterbatasan dari setiap metode yang digunakan dalam mengevaluasi kepuasan pengguna, sehingga dapat merumuskan rekomendasi yang lebih relevan dan aplikatif guna mengoptimalkan pengalaman pengguna di era digital yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian pada latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan pada tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop saat dievaluasi menggunakan metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
2. Bagaimana hasil perbandingan metode EUCS dan CSI dalam memberikan wawasan kepuasan pengguna TikTok Shop?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Melakukan analisis perbandingan terhadap hasil pengukuran kepuasan pengguna TikTok Shop yang diperoleh menggunakan metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)
2. Memberikan wawasan strategis berdasarkan hasil perbandingan metode EUCS dan CSI yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna TikTok Shop.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah yang perlu diperhatikan agar fokus dan relevansi penelitian tetap terjaga, yaitu:

1. Penelitian ini hanya akan menganalisis tingkat kepuasan pengguna pada platform *e-commerce* Tiktok Shop, tanpa membandingkan dengan platform *e-commerce* lainnya.
2. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh

3. Pengukuran kepuasan pengguna menggunakan metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Tidak ada dimensi tambahan.
4. Perubahan pada fitur, layanan, atau preferensi pengguna di masa mendatang tidak tercakup dalam penelitian

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membaerikan manfaat yang signifikan dengan rincian sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman lebih mengenai *user satisfaction* atau kepuasan pengguna serta model *End-User Computing Satisfaction* dan *Customer Satisfaction Index*.
2. Hasil dan termuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk melakukan pengembangan pada aplikasi agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.
3. Sebagai acuan untuk penelitian berikutnya mengenai kepuasan pengguna.