

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku konsumen dalam berbelanja, terutama pada kalangan mahasiswa yang aktif memanfaatkan platform belanja online. Perubahan ini juga mendorong munculnya gaya hidup digital (*digital lifestyle*), yaitu kebiasaan masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi dan internet dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam proses belanja. Shopee dan TikTok Shop menjadi dua platform yang banyak digunakan karena memadukan kemudahan transaksi dengan gaya hidup digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Malikussaleh terhadap platform Shopee dan TikTok Shop menggunakan metode *Electronic Service Quality* (E-ServQual) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada mahasiswa yang pernah menggunakan kedua platform tersebut. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji Wilcoxon, perhitungan CSI, dan analisis kesenjangan (*gap analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI Shopee sebesar 84,76% dan TikTok Shop sebesar 82,92%, yang keduanya berada pada kategori *sangat puas*. Meskipun demikian, hasil *gap analysis* menunjukkan bahwa seluruh indikator pada kedua platform masih bernilai negatif, yang berarti kinerja layanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Selanjutnya, hasil uji Wilcoxon menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara tingkat kepuasan pengguna Shopee dan TikTok Shop. Secara umum, Shopee memiliki tingkat kepuasan dan kinerja pelayanan yang lebih tinggi dibandingkan TikTok Shop pada sebagian besar indikator. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan kualitas layanan platform belanja online.

Kata Kunci: *E-commerce*, Kepuasan Pengguna, Shopee, TikTok Shop, E-ServQual, CSI.

ABSTRACT

Advances in information technology have changed consumer shopping behavior, especially among students who actively use online shopping platforms. This change has also encouraged the emergence of a digital lifestyle, namely a condition in which people increasingly depend on technology and the internet in carrying out daily activities, including online shopping. Shopee and TikTok Shop are two widely used platforms because they combine transaction convenience with a digital lifestyle. This study aims to analyze and compare the level of satisfaction of Malikussaleh University students toward Shopee and TikTok Shop using the Electronic Service Quality (E-ServQual) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods. This research used a quantitative method with data collected through questionnaires distributed to students who had used both platforms. Data analysis was carried out through validity tests, reliability tests, normality tests, the Wilcoxon test, CSI calculation, and gap analysis. The results show that the CSI value for Shopee is 84.76% and for TikTok Shop is 82.92%, both of which fall into the very satisfied category. However, the gap analysis results show that all indicators on both platforms have negative values, indicating that service performance has not fully met user expectations. Furthermore, the Wilcoxon test results indicate a significant difference in user satisfaction between Shopee and TikTok Shop. Overall, Shopee has a higher level of satisfaction and service performance than TikTok Shop on most indicators. This study is expected to serve as an evaluation reference for improving the quality of online shopping platform services.

Keywords: *E-commerce, User Satisfaction, Shopee, TikTok Shop, E-ServQual, CSI.*