



## Studi Literatur: Pengaruh Faktor *Usability* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Dengan Metode Regresi Linier Berganda

Ariya Saccani<sup>1</sup>, Candra Sulisty Hapsari<sup>2</sup>, Nanda Tri Agustin<sup>3</sup>, Humam Nasywa Fawazi<sup>4</sup>, Fafian Ihsan Saputra<sup>5</sup>, Indah Indi Afifah<sup>6</sup>, Aryo Baskoro Utomo<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

<sup>6</sup>Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

<sup>7</sup>Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

### Article Info:

Dikirim: 17 April 2025

Direvisi: 11 Mei 2025

Diterima: 21 Mei 2025

Tersedia Online: 30 Juni 2025

### Penulis Korespondensi:

Ariya Saccani

Program Studi Pendidikan Teknik

Informatika dan Komputer,

Universitas Negeri Semarang

Email:

saccaniariya@students.unnes.ac.id

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor *usability* terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee melalui pendekatan studi literatur dan pengujian empiris menggunakan metode regresi linier berganda. Faktor *usability* yang dikaji meliputi kemudahan penggunaan, daya tarik antarmuka, keandalan sistem, efisiensi penggunaan, dan inovasi fitur. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 71 pengguna aktif aplikasi Shopee. Instrumen yang digunakan diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan SPSS untuk menguji asumsi klasik dan model regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel *usability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun secara parsial, hanya tiga variabel yang memiliki pengaruh signifikan, yaitu daya tarik antarmuka, efisiensi penggunaan, dan inovasi fitur. Sementara itu, kemudahan penggunaan dan keandalan sistem tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil ini memberikan implikasi bahwa dalam pengembangan aplikasi e-commerce, perhatian lebih perlu diberikan pada peningkatan tampilan antarmuka, efisiensi operasional, serta fitur-fitur inovatif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

**Kata kunci:** *Usability*, Shopee, SPSS, Regresi Linier Berganda.

**Abstract:** This study aims to analyze the influence of usability factors on user satisfaction with the Shopee application through a literature review and empirical testing using the multiple linear regression method. The usability factors examined include ease of use, interface appeal, system reliability, usage efficiency, and feature innovation. Data were collected from 71 active Shopee users through a questionnaire. The instrument was tested for validity and reliability, and the data were analyzed using SPSS, including classical assumption tests and regression analysis. The results show that simultaneously, all usability factors significantly affect user satisfaction. However, partially, only three variables have a significant effect: interface appeal, usage efficiency, and feature innovation. In contrast, ease of use and system reliability do not show a statistically significant effect. These findings imply that e-commerce application developers should prioritize enhancing interface design, operational efficiency, and innovative features to improve user satisfaction and loyalty.

**Keywords:** *Usability*, Shopee, SPSS, Multiple Linear Regression

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli, khususnya melalui platform *e-commerce*. Salah satu platform yang menonjol di Indonesia adalah Shopee, yang memiliki jutaan pengguna aktif setiap harinya. Shopee secara rutin melakukan pemeliharaan dan menambahkan berbagai fitur baru dalam aplikasinya. Oleh karena itu, penting dilakukan pengukuran terhadap tingkat pemahaman pengguna dalam menggunakan fitur-fitur tersebut, agar pengembang aplikasi dapat meningkatkan keandalan sistem yang diberikan [7]. Dalam persaingan yang semakin ketat antar aplikasi serupa, kepuasan pengguna menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pengguna. Salah satu faktor kunci yang mendorong pelanggan untuk bertransaksi melalui *e-commerce* adalah tingkat kepuasan mereka terhadap penerimaan dan keandalan sistem yang diberikan oleh website *e-commerce* tersebut [1][7][8].

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara usability dan kepuasan pengguna pada aplikasi Shopee. Secara umum, usability merujuk pada sejauh mana pengguna mampu mempelajari dan menggunakan suatu produk untuk mencapai tujuannya, serta tingkat kepuasan yang dirasakan selama menggunakan produk tersebut [9]. Usability merupakan faktor paling dominan (43%) yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam model WebQual 4.0 [19]. Dalam artikel lain yang menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) membuktikan bahwa skor usability meningkat signifikan setelah perbaikan antarmuka, sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan pengguna [16]. Penelitian lainnya menggunakan model SEM-PLS dan menyatakan bahwa usability dan information quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee [3].

Namun, meskipun penelitian-penelitian tersebut menunjukkan pentingnya faktor usability, sebagian besar menggunakan pendekatan deskriptif atau model struktural tanpa menggambarkan secara kuantitatif hubungan antar variabel usability terhadap kepuasan pengguna secara menyeluruh. Selain itu, beberapa penelitian memiliki keterbatasan seperti jumlah sampel kecil, cakupan wilayah terbatas, atau tidak menggunakan metode regresi inferensial yang dapat memperkuat generalisasi hasil. Berdasarkan hal tersebut, artikel ini menyajikan studi literatur yang mengulas pengaruh faktor-faktor usability terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee, dengan mengedepankan pendekatan regresi linier berganda sebagai metode analisis yang potensial. Tujuannya adalah untuk merumuskan variabel-variabel usability paling signifikan yang dapat digunakan dalam pengembangan aplikasi, serta memberikan gambaran menyeluruh berdasarkan sintesis dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh usability terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator usability dan kepuasan pengguna yang diperoleh dari studi literatur terdahulu.

### (1) Studi Literatur

Studi literatur dimulai dengan pencarian referensi melalui *database* akademik seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan portal jurnal nasional. Kata kunci yang digunakan antara lain “usability aplikasi Shopee”, “kepuasan pengguna Shopee”, dan “analisis regresi usability *e-commerce*”. Setelah menemukan sejumlah artikel yang relevan, dilakukan seleksi berdasarkan kriteria tahun publikasi (2021–2025), jenis penelitian (kuantitatif atau campuran), serta ketersediaan data yang memungkinkan untuk dianalisis ulang. Seleksi dilanjutkan dengan membaca abstrak dan isi artikel guna memastikan kesesuaiannya dengan fokus penelitian. Artikel yang tidak memenuhi kriteria seperti hanya menggunakan metode deskriptif tanpa data kuantitatif, memiliki cakupan sampel yang terlalu kecil, atau tidak menyajikan informasi lengkap terkait variabel usability dan kepuasan pengguna akan dikeluarkan dari analisis. Data yang diambil dari setiap literatur meliputi variabel usability seperti kemudahan pemahaman, efisiensi penggunaan, keandalan sistem, daya tarik antarmuka, dan inovasi fitur untuk menilai tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan terhadap aplikasi Shopee [2].

### (2) Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan hasil studi literatur dan indikator yang telah terbukti relevan dalam mengukur usability dan kepuasan pengguna aplikasi *e-commerce*. Instrumen ini terdiri dari dua bagian utama, di mana bagian pertama dirancang untuk mengukur pengalaman pengguna berdasarkan dimensi-dimensi yang diadaptasi dari metode *User Experience Questionnaire* (UEQ), seperti kemudahan pemahaman, efisiensi penggunaan, keandalan sistem, daya tarik antarmuka, dan inovasi fitur. Bagian kedua digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan terhadap aplikasi Shopee [2]. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 "sangat tidak setuju" hingga 5 "sangat setuju" [4][10] seperti pada gambar 1.

**PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE**

**Petunjuk**  
Berikan penilaian kelompok kalian terhadap pernyataan berikut berdasarkan pengalaman menggunakan website ini.

**Gunakan skala**  
1 = Sangat Tidak Setuju  
2 = Tidak Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama Lengkap \*

Jawaban Anda

Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Formulir ini dibuat dalam UNNES. - [Hubungi pemilik formulir](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Gambar 1. Tampilan Kuisisioner Google Form

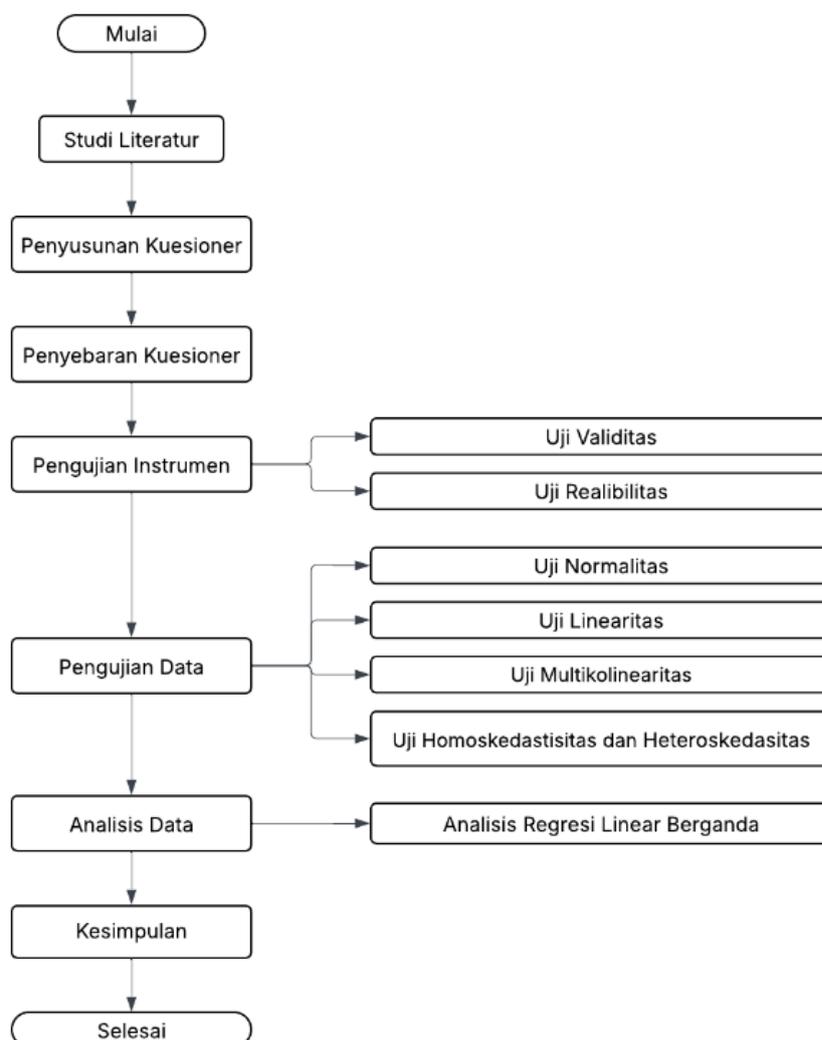
- (3) Penyebaran Kuesioner  
Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan kombinasi antara *convenience sampling* dan *purposive sampling*. *Convenience sampling* digunakan karena proses pengumpulan data dilakukan secara daring, sehingga memanfaatkan kemudahan akses dan ketersediaan responden [6]. Sementara itu, *purposive sampling* diterapkan dengan menetapkan kriteria khusus, yaitu responden yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi Shopee [8][12]. Pemilihan teknik ini dianggap paling tepat karena memungkinkan peneliti memperoleh data secara efisien dan tetap relevan dengan tujuan penelitian, dengan melibatkan responden yang secara sukarela mengisi kuesioner dan memenuhi karakteristik yang dibutuhkan dalam studi ini.
- (4) Pengujian Kuesioner  
Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dengan skor total menggunakan teknik Pearson Product Moment. Item dianggap valid jika memiliki nilai signifikansi ( $p$ ) < 0,05 dan koefisien korelasi > 0,30 [11]. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi internal setiap indikator dalam kuesioner. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,70, yang menunjukkan bahwa item-item dalam skala tersebut memiliki konsistensi yang baik dan dapat dipercaya [10][11].
- (5) Pengujian Instrumen  
Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis penelitian yang diawali dengan pengujian instrumen untuk memastikan bahwa kuesioner memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai [12]. Pengujian ini bertujuan untuk menjamin bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur variabel dengan tepat dan konsisten. Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, barulah dilakukan penyebaran kepada responden [12].

(6) Pengujian data

Setelah data dikumpulkan dari responden, dilakukan pengujian awal untuk memastikan kualitas data. Pengujian ini meliputi pemeriksaan kelengkapan data, deteksi terhadap data outlier atau ekstrem, serta identifikasi potensi bias dalam pengisian kuesioner. Data yang tidak lengkap atau mencurigakan akan dikeluarkan dari analisis. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik regresi yang meliputi Uji normalitas untuk melihat apakah data residual terdistribusi secara normal, menggunakan grafik normal P-P Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal jika nilai signifikansi ( $p$ ) > 0,05. Uji linearitas untuk menguji apakah terdapat hubungan linier antara variabel independen dan dependen. Uji ini menggunakan metode ANOVA (*Analysis of Variance*) terhadap hasil regresi, serta dapat didukung dengan scatterplot. Linearitas dianggap terpenuhi jika hubungan yang terbentuk bersifat linier secara signifikan. Uji multikolinearitas untuk memastikan tidak ada korelasi tinggi antar variabel independen. Uji dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Multikolinearitas dianggap tidak terjadi jika  $VIF < 10$  dan nilai *Tolerance* > 0,1. Uji gejser untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas, yaitu ketidaksamaan varians residual. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai residual absolut terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi ( $p$ ) > 0,05, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. dan uji homoskedastisitas untuk memastikan bahwa varians residual bersifat konstan di seluruh rentang nilai prediksi. Uji ini dapat didukung oleh analisis plot scatter antara residual dan nilai prediksi. Homoskedastisitas dianggap terpenuhi jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik.

(7) Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda yang diolah melalui perangkat lunak SPSS. Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel *usability* mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Shopee. Proses analisis meliputi pengujian asumsi regresi, penghitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ), serta uji signifikansi untuk menentukan variabel *usability* yang paling berpengaruh. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk menarik kesimpulan tentang faktor-faktor *usability* yang paling berpengaruh dan memberikan rekomendasi peningkatan kualitas aplikasi Shopee seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Alur Penelitian [20]

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Studi Literatur Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. Studi Literatur**

No	Identitas Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	Patimah, Endah, Ermatita Ermatita, and Nurul Chamidah	Analisis Cluster Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Shopee Menggunakan Algoritma K-Means	Nilai DBI terkecil, yang menunjukkan hasil paling optimal yaitu ditemukan saat jumlah cluster k=2, dengan nilai DBI sebesar 1,5876.
2	Putri, Nyayu Khairani, Dian Septianti, and Nina Fitriana.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang Pengguna Shopee	Efisiensi, keandalan, privasi, responsif, dan kontak layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan ketepatan pengiriman dan kompensasi tidak menunjukkan pengaruh signifikan.
3	Rismawan, Muhammad Naufal Rifqi, and Suparni	Analisis User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Metode HEART Framework	Semua variabel HEART dan User Satisfaction pada aplikasi Shopee memiliki Level of Usability di atas 80%, kecuali Engagement yang berada di kategori baik (74,4%), dengan total usability sebesar 82,3% (kategori sangat baik) dan koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) sebesar 70,8% yang menunjukkan model dapat menjelaskan 70,8% variasi kepuasan pengguna.
4	Tandiarny, Yessi, and Yeni Saharaeni	Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Shopee Paylater Menggunakan Metode User Experience Questionnaire	Fitur Shopee PayLater mendapat penilaian positif dari pengguna, dengan kualitas pragmatis sebesar 1,41 (above average) mencerminkan efisiensi dan kejelasan, serta kualitas hedonis sebesar 1,25 (good) yang menunjukkan fitur menarik dan menyenangkan, dengan skor keseluruhan 1,33 yang termasuk kategori good berdasarkan benchmark UEQ.
5	Tresna, Pratami Wulan, Tetty Herawati, and Ratna Meisa Dai	The Influence of Customer Experience on Repurchase Intention to Shopee Application Users	Validitas dan reliabilitas data diuji dengan baik. Memberikan rekomendasi praktis untuk pengembangan pengalaman pengguna.
6	Zikry, Arief, et al.	Analisis Penggunaan AI dalam Keberhasilan Customer Experience Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee	AI meningkatkan kepuasan pengguna melalui personalisasi dan rekomendasi produk. Personalisasi pengalaman pengguna lebih berpengaruh dibanding fitur rekomendasi.

Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada fokus analisis terhadap antarmuka pengguna (user interface) pada aplikasi e-commerce Shopee, dengan menggunakan metode regresi linier berganda seperti pada table 1. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5 sebagai pilihan jawaban. Data yang diperoleh selanjutnya diuji melalui beberapa tahapan, meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas), serta uji hipotesis baik secara simultan maupun parsial, dengan pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

#### 3.2 Daftar Pertanyaan

1. Tabel 2. Indikator Variabel Kemudahan Pengguna (X1)

**Tabel 2. Variabel Kemudahan Pengguna**

No	Komponen Penilaian
1.1	Aplikasi Shopee mudah dipelajari dan digunakan ?
1.2	Saya tidak mengalami kesulitan saat mencari fitur yang dibutuhkan

1.3 Tampilan antarmuka Shopee intuitif dan *user-friendly*

2. Tabel 3. Indikator Variabel Daya Tarik Pengguna (X2)

**Tabel 3. Variabel Daya Tarik Pengguna**

No	Komponen Penilaian
2.1	Informasi produk yang tersedia di Shopee sangat jelas
2.2	Deskripsi dan ulasan produk membantu saya dalam mengambil keputusan
2.3	Shopee menyajikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya

3. Tabel 4. Indikator Variabel Keandalan Sistem (X3)

**Tabel 4. Variabel Keandalan Sistem**

No	Komponen Penilaian
3.1	Customer service Shopee memberikan bantuan dengan cepat
3.2	Pengiriman produk berjalan sesuai waktu yang dijanjikan
3.3	Penjual di Shopee merespons pertanyaan dengan baik

4. Tabel 5. Indikator Variabel Efisiensi Penggunaan (X4)

**Tabel 5. Variabel Efisiensi Penggunaan**

No	Komponen Penilaian
4.1	Proses transaksi di Shopee berlangsung cepat
4.2	Aplikasi Shopee jarang mengalami lag atau loading lama
4.3	Navigasi di Shopee tidak memakan waktu yang lama

5. Tabel 6. Indikator Variabel Inovasi Fitur (X5)

**Tabel 6. Variabel Inovasi Fitur**

No	Komponen Penilaian
5.1	Shopee menyediakan banyak variasi produk sesuai kebutuhan saya
5.2	Promo dan diskon di Shopee menarik perhatian saya untuk membeli
5.3	Fitur-fitur seperti PayLater, chat penjual, dan pelacakan paket sangat membantu

6. Tabel 7. Indikator Variable Kepuasan Pengguna (Y)

**Tabel 7. Variable Kepuasan Pengguna**

No	Komponen Penilaian
6.1	Saya puas dengan pengalaman menggunakan Shopee secara keseluruhan
6.2	Saya ingin terus menggunakan Shopee untuk belanja online
6.3	Saya akan merekomendasikan Shopee kepada orang lain

### 3.3 Hasil Responden

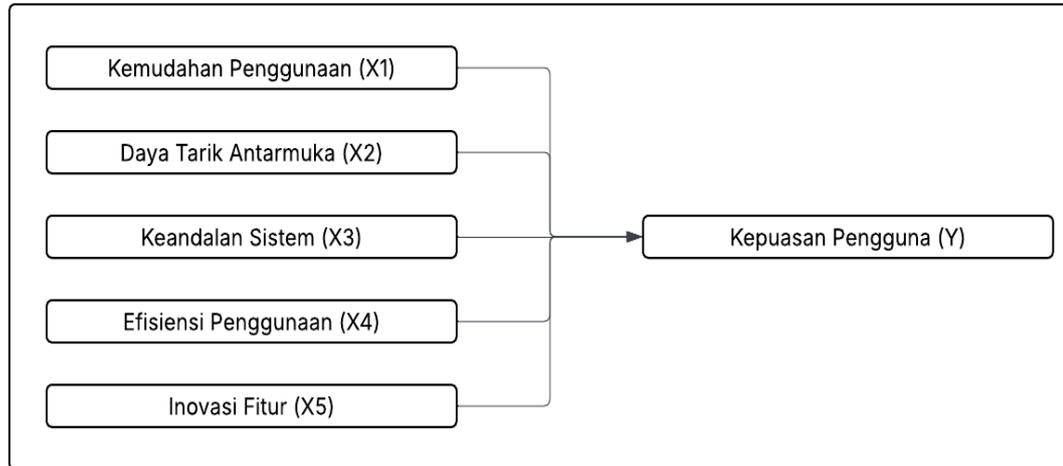
Jumlah responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 71 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui platform *Google Form* untuk memudahkan distribusi dan menjangkau responden secara lebih luas. Adapun kriteria utama responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif maupun yang pernah menggunakan aplikasi Shopee tanpa dibatasi oleh frekuensi penggunaan atau jenis transaksi yang dilakukan. Hal ini bertujuan agar data yang dikumpulkan benar-benar merepresentasikan persepsi pengguna nyata terhadap aspek *usability* dan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan aplikasi Shopee. Penggunaan metode penyebaran online juga dipilih karena efisien dari segi waktu dan biaya, serta memungkinkan responden untuk mengisi kuesioner secara fleksibel di waktu dan tempat yang mereka tentukan sendiri. Berdasarkan hasil kuesioner yang dijawab oleh 71 responden, didapatkan hasil

- Jenis kelamin responden terdiri dari 43,7% laki-laki dan 56,3% perempuan.
- Rentang usia responden mayoritas berada pada usia 18–24 tahun (85,9%), diikuti oleh usia 25–30 tahun (14,1%).
- Sebagian besar responden merupakan mahasiswa aktif (81,7%), dan sisanya adalah karyawan atau lainnya.
- Berdasarkan skala Likert (1–5), sebagian besar pernyataan mengenai kemudahan penggunaan dan efisiensi navigasi memiliki nilai rata-rata di atas 4,0, yang mengindikasikan persepsi positif pengguna terhadap *usability* Shopee

### 3.4 Uji Prasyarat

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan bantuan software SPSS. Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan homogenitas. Uji-uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang

diperlukan dalam analisis regresi dengan keterkaitan seperti pada gambar 3. Hal ini penting agar hasil analisis regresi yang diperoleh valid dan dapat dipercaya.



**Gambar 3. Kerangka Pemikiran [12][20]**

**3.4.1 Uji Normalitas**

**Tabel 8. Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.147	71	<.001	.956	71	.015

Pada tabel 8. berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap data residual, diperoleh nilai signifikansi sebesar < 0,001. Nilai ini lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal. Artinya, asumsi normalitas dalam analisis regresi linier tidak terpenuhi. Kondisi ini menunjukkan adanya penyimpangan distribusi residual dari distribusi normal, sehingga diperlukan pengujian tambahan untuk memastikan validitas hasil penelitian secara keseluruhan.

**3.4.2 Uji Heteroskedasitas dan Uji Homoskedastisitas**

Sebelum melakukan klasifikasi, penulis terlebih dahulu menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan melakukan perhitungan menggunakan SPSS untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan saling berpengaruh [5] seperti pada table 9 dan 10.

**Tabel 9. ANOVA**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.801	5	.960	1.303	.274
Residual	47.888	65	.737		
Total	52.688	70			

Keterangan:

- a. Dependent Variable : Abs\_RES
- b. Predictors : (Constant, TotalX5, TotalX3, TotalX4, TotalX1, TotalX2)

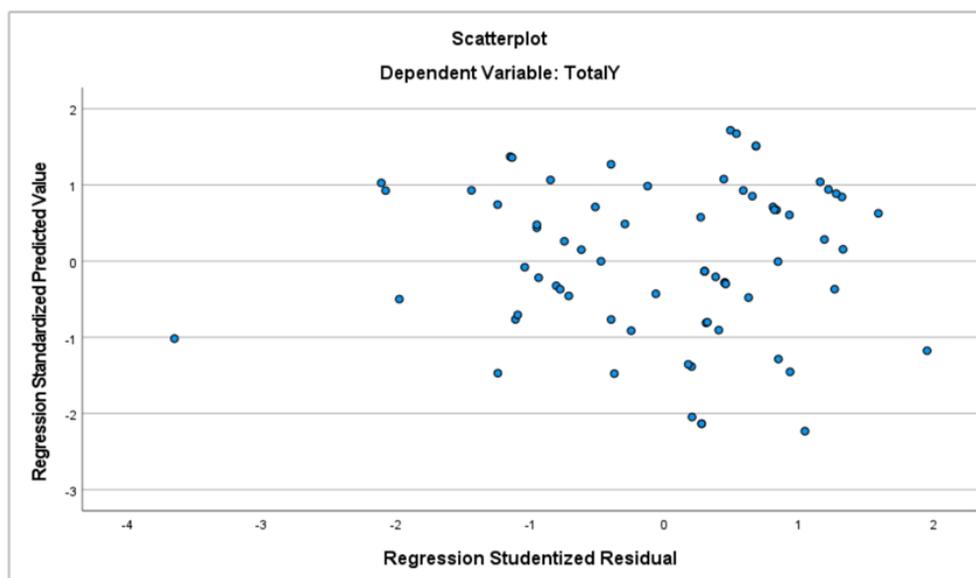
**Tabel 10. Coefficients**

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	.155	.892		.173	.863
TotalX1	-.022	.063	-.051	-.347	.729
TotalX2	-.036	.072	-.076	-.499	.619
TotalX3	.109	.068	.229	1.604	.114
TotalX4	-.056	.065	-.125	-.857	.395
TotalX5	.107	.057	.272	1.879	.065

Keterangan:

- a. Dependent Variable: Abs\_RES

Hasil analisis koefisien menunjukkan bahwa variabel TotalX1 hingga TotalX5 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai absolut residual (Abs\_RES), karena semua nilai signifikansi (p) lebih besar dari 0,05. Variabel TotalX5 dan TotalX3 memiliki nilai koefisien positif yang paling tinggi, namun pengaruhnya tetap tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara variabel bebas dengan perubahan varians residual, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.



Gambar 4. Hasil Scatterplot

Uji Homoskedastisitas seperti pada gambar 4 ini dilakukan menggunakan metode scatterplot, yaitu membagi nilai *Regression Standardized Predicted Value* terhadap *Regression Studentized Residual* ditunjukkan pada gambar diatas. Dari hasil uji tersebut, menunjukkan bahwa sebaran dari titik-titik residual tersebar secara acak pada sekitar garis horizontal nol, yang tidak membentuk pola tertentu, seperti bentuk corong (*funnel*), lengkungan (*curve*), atau pola lurus. Dengan pola sebaran yang acak tersebut dapat diindikasikan bahwa tidak mengalami masalah heteroskedastisitas serta varians yang error bisa dianggap seragam pada seluruh rentang prediksi model, maka asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

### 3.4.3 Uji Multikolinieralitas

Tabel 11. *Collinearity Diagnostics*

Dimension	Eigen value	Condition Index	(Constant)	TotalX1	TotalX2	TotalX3	TotalX4	TotalX5
1	5.926	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
2	.027	14.931	.01	.06	.00	.15	.07	.45
3	.014	20.542	.10	.48	.00	.02	.18	.45
4	.012	22.557	.01	.01	.00	.73	.60	.06
5	.011	22.964	.13	.03	.97	.02	.04	.03
6	.010	24.132	.75	.42	.02	.07	.11	.02

Keterangan:

a. Dependent Variable: TotalY

Hasil Uji Multikolinieralitas ini bertujuan agar dapat melihat apakah antar variabel bebas memiliki hubungan yang terlalu kuat, yang bisa menimbulkan masalah pada analisis regresi karena dapat membuat ketidakjelasan pengaruh masing-masing variabel. Tabel diatas menunjukkan hasil output dari *Collinearity Diagnostics*. Terlihat dari nilai *Condition Index* yang cukup tinggi yaitu mencapai angka 24 pada salah satu dimensi, yang menunjukkan bahwa potensi adanya multikolinieritas. Selain itu, di beberapa dimensi, seperti dimensi 2 sampai 6, proporsi varians untuk variabel TotalX1, TotalX4, dan TotalX5 cukup besar, yang berarti bahwa variabel-variabel ini kemungkinan saling berkaitan erat.

### 3.4.4 Uji Linieritas

Uji linearitas ini digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier antara dua variabel atau tidak [20] seperti pada table 12.

Tabel 12. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F Linearity	Sig. Linearity	F Deviation	Sig. Deviation	Kesimpulan
TotalY * TotalX1	24.662	<,001	1.200	.318	Linier
TotalY * TotalX2	22.421	<,001	1.130	.356	Linier
TotalY * TotalX3	39.642	.003	.576	.773	Linier
TotalY * TotalX4	30.941	<,001	2.214	.053	Linier
TotalY * TotalX5	88.156	<,001	.478	.867	Linier

Hasil uji linearitas antara TotalX1 sampai TotalX5 terhadap TotalY menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki hubungan yang linear dengan variabel terikat. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi pada bagian *Linearity* yang semuanya berada di bawah 0,05, seperti TotalX1 (0,000), TotalX2 (0,000), TotalX3 (0,003), TotalX4 (0,000), dan TotalX5 (0,000). Sementara itu, nilai signifikansi pada bagian *Deviation from Linearity* untuk semua variabel lebih besar dari 0,05, yang menandakan tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear

### 3.5 Uji Regresi

Hasil dari analisis regresi yang diperoleh dari berbagai studi kemudian disintesis untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai variabel *usability* yang paling dominan dan konsisten berpengaruh pada kepuasan pengguna. Sintesis ini digunakan sebagai dasar rekomendasi pengembangan aplikasi agar meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna Shopee.

#### 3.5.1 Koefisien Determinasi

Tabel 13. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696	.485	.445	1.577

Tabel 13 berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,445, yang menunjukkan bahwa sebesar 44,5% variasi pada kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh lima variabel *usability* tersebut, sedangkan sisanya sebesar 55,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Artinya, sebesar 44,5% variasi yang terjadi pada Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas tersebut. Sementara itu, sisanya sebesar 55,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model ini atau disebabkan oleh kesalahan/error.

#### 3.5.2 Uji F Simultan

Tabel 14. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	152.177	5	30.435	12.231	<0.01
Residual	161.739	65	2.488		
Total	313.965	70			

Tabel 14 berdasarkan hasil uji F simultan yang disajikan dalam tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi sebesar < 0,01. Nilai ini jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05, yang berarti bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan secara statistik. Dengan kata lain, kelima variabel independen yang terdiri dari Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Antarmuka, Keandalan sistem, Efisiensi Penggunaan, dan Inovasi Fitur secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna sebagai variabel dependen. Nilai F hitung sebesar 12.231 menunjukkan bahwa variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan dengan baik oleh model yang dibentuk dari kelima variabel bebas tersebut. Ini menandakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam menganalisis hubungan antara *usability* dan kepuasan pengguna.

#### 3.5.3 Uji T Hipotesis

Tabel 15. Coefficient (Uji T Hipotesis)

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Std. Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
						Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	-.268	1.639		-.164	.870					
TotalX1	.224	.116	.211	1.920	.059	.510	.232	.174	.654	1.530
TotalX2	.144	.133	.124	1.089	.280	.493	.134	.097	.607	1.647
TotalX3	.018	.015	.015	.142	.887	.355	.013	.013	.686	1.458
TotalX4	.352	.323	.323	2.953	.004	.537	.263	.263	.660	1.514
TotalX5	.246	.258	.258	2.359	.021	.530	.210	.210	.665	1.503

Tabel 15 berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap variabel bebas, menunjukkan bahwa variabel X1 (Kemudahan Penggunaan) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,059, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Sebaliknya, variabel X2 (Daya Tarik Antarmuka) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,028, yang berada di bawah 0,05. Artinya, Efisiensi penggunaan berpengaruh secara

signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, dan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi positif pengguna terhadap aplikasi Shopee.

Sementara itu, variabel X3 (Keandalan sistem) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,887, jauh di atas batas 0,05. Dengan demikian, Keandalan sistem tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dalam konteks penelitian ini. Hal ini mungkin mengindikasikan bahwa pengguna lebih fokus pada fitur dan informasi produk dibandingkan interaksi layanan. Selanjutnya, variabel X4 (Efisiensi Penggunaan) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004, yang menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Variasi dalam produk atau fitur memberikan fleksibilitas dan pilihan kepada pengguna, yang secara nyata meningkatkan kepuasan mereka. Terakhir, variabel X5 (Inovasi Fitur) menunjukkan nilai signifikansi 0,021, juga lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa Efisiensi Penggunaan dalam penggunaan aplikasi Shopee secara signifikan berkontribusi terhadap Kepuasan Pengguna.

#### 3.5.4 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa tidak semua variabel usability memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Variabel yang berpengaruh signifikan adalah daya tarik antarmuka (X2), efisiensi penggunaan (X4), dan inovasi fitur (X5). Hal ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Huda et al. (2023) [9], yang menunjukkan bahwa aspek visual dan interaktif dari antarmuka serta kemudahan penggunaan aplikasi menjadi penentu utama tingkat kepuasan pengguna.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Rismawan dan Suparni (2025) [15] yang menggunakan HEART Framework, di mana engagement dan task success menjadi dimensi penting dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif. Efisiensi dalam penggunaan (X4) mengindikasikan bahwa pengguna lebih menghargai aplikasi yang cepat, minim gangguan teknis, dan tidak rumit untuk dijelajahi, yang diperkuat oleh nilai signifikansi 0,004 dalam uji parsial.

Sebaliknya, variabel seperti kemudahan penggunaan (X1) dan keandalan sistem (X3) tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam konteks ini. Hal ini dapat terjadi karena pengguna aplikasi Shopee mungkin telah terbiasa dengan antarmuka dan proses transaksi, sehingga faktor kemudahan atau keandalan tidak lagi menjadi perhatian utama. Ini kontras dengan penelitian Patimah et al. (2021) [13] yang menyoroti pentingnya reliabilitas layanan dalam aplikasi e-commerce.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks pengguna Shopee, dimensi usability yang berkaitan dengan pengalaman visual, kemudahan navigasi, dan fitur-fitur fungsional seperti promo, tracking, serta metode pembayaran memberikan dampak yang lebih kuat terhadap kepuasan pengguna dibandingkan aspek dasar seperti keandalan sistem atau kemudahan awal penggunaan. Hal ini memberikan wawasan baru bagi pengembang aplikasi untuk memprioritaskan peningkatan interaktivitas dan fitur inovatif sebagai strategi peningkatan loyalitas pengguna.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap aplikasi Shopee, disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang terdiri dari Kemudahan Penggunaan (X1), Daya Tarik Antarmuka (X2), Keandalan Sistem (X3), Efisiensi Penggunaan (X4), dan Inovasi Fitur (X5) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) pada aplikasi Shopee. Hal ini ditunjukkan melalui uji F yang menghasilkan nilai signifikansi  $< 0,01$ , yang berarti bahwa secara bersama-sama kelima variabel tersebut memberikan kontribusi nyata terhadap tingkat kepuasan pengguna. Besarnya kontribusi dijelaskan lebih lanjut oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,445, yang mengindikasikan bahwa 44,5% variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh lima faktor usability tersebut, sementara sisanya sebesar 55,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Namun, jika ditinjau secara parsial melalui uji t, hanya tiga dari lima variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, yaitu:

- Daya Tarik Antarmuka (X2) dengan nilai signifikansi 0,028,
- Efisiensi Pengguna (X4) dengan nilai signifikansi 0,004, dan
- Inovasi Fitur (X5) dengan nilai signifikansi 0,021.

Sementara itu, variabel Kemudahan Pengguna (X1) dan Keandalan sistem (X3) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, masing-masing dengan nilai signifikansi sebesar 0,059 dan 0,887.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun semua variabel usability penting secara teoritis, tidak semuanya memiliki pengaruh signifikan secara statistik dalam konteks kepuasan pengguna aplikasi Shopee. Oleh karena itu, pengembang aplikasi perlu memberikan perhatian lebih pada aspek efisiensi penggunaan, ragam fitur yang tersedia, dan efisiensi dalam penggunaan untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara optimal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Indah Indi Afifah, S.Pd., M.Pd. dan Bapak Aryo Baskoro Utomo, S.T., M.T. selaku dosen pengampu mata kuliah Probabilitas dan Statistik atas segala bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan selama proses pembelajaran dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, sehingga data yang kami butuhkan dapat terkumpul dengan baik untuk mendukung analisis penelitian ini.

Selain itu apresiasi juga kami berikan kepada keluarga, teman, dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral, motivasi, serta bantuan teknis dalam berbagai bentuk selama penyusunan artikel ini. Tidak lupa, penulis juga berterima kasih kepada pihak institusi dan semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian artikel ini

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adieb, M. Risqi Amirul, Aris Sugiharto, and Satriyo Adhy. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Diponegoro)." *Jurnal Masyarakat Informatika* 15.1 (2024): 39–55.
- [2] Alawiyah, Fajar Fina, and Dila Seltika Canta. "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)." *Journal of Information System Research (JOSH)* 3.4 (2022): 344–350.
- [3] Angin, Johannes Terang Kita Perangin, and Bayu Teta. "Pengaruh Dimensi Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna E-commerce Shopee di Kalangan Mahasiswa STMIK TIME." *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 7.1 (2025): 84–92.
- [4] Asasunnaja, Rinny. "Analisis Kepuasan Pengguna E-Commerce Shopee Menggunakan Model End-User Computing Satisfaction (EUCS)." *Jurnal Informatika dan Teknologi Komputer (J-ICOM)* 6.1 (2025): 38–44.
- [5] Chrishariyani, Cahya Dewi AAP, Yusril Rahman, and Qurrotul Aini. "Kepuasan pengguna layanan shopee food menggunakan algoritma naive bayes." *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 12.2 (2022): 98–105.
- [6] Daryanti, Putri, and Muchsin Saggaff Shihab. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Konsep E-Servqual (Studi Kasus Pelanggan Shopee)." *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)* 2.3 (2019): 120–127.
- [7] Fitria, Rahma, and Muhammad Ikhvani. "Sistem Informasi Pengukuran Matriks Iso Usability Testing Berbasis Web: Studi Kasus Shopee." *Jurnal Informatika Kaputama (JIK)* 7.2 (2023): 166–173.
- [8] Hidayatuloh, Sarip, and Yusrina Aziati. "Analisis pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna mobile application e-commerce shopee menggunakan model delone & mclean." *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (TEKINFO)* 21.1 (2020): 73–83.
- [9] Huda, Nurul, et al. "Analisis Usability Testing Menggunakan Metode SUS (System Usability Scale) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee." *Jurnal Sistem Informasi dan Sistem Komputer* 8.2 (2023): 208–220.
- [10] Juwita, Ratna, Roswati Roswati, and Tata Sutabri. "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee di Kalangan Gen Z Menggunakan Regresi Sederhana." *J-ENSITEC* 10.02 (2024): 10101–10106.
- [11] Li, Forrest. "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode EUCS di Jakarta Barat." (2023).
- [12] Nugroho, Doni Tri, et al. "The Impact of Implementing Usability Principles in UI/UX on Consumer Purchase Intention on the Shopee Platform." *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi* 14.2 (2025): 687–701.
- [13] Patimah, Endah, Ermatita Ermatita, and Nurul Chamidah. "Analisis Cluster Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Shopee Menggunakan Algoritma K-Means." *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer* 17.3 (2021): 209–217.
- [14] Putri, Nyayu Khairani, Dian Septianti, and Nina Fitriana. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tridnanti Palembang Pengguna Shopee." *Jurnal Kompetitif* 11.2 (2022).
- [15] Rismawan, Muhammad Naufal Rifqi, and Suparni Suparni. "Analisis User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Metode HEART Framework." *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 9.1 (2025): 1–8.
- [16] Shania, Maulidhatus, and Tranggono Tranggono. "Analisis Usability Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)." *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual* 9.2 (2024): 452–465.
- [17] Tandiarmy, Yessi, and Yeni Saharaeni. "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Shopee Paylater Menggunakan Metode User Experience Questionnaire." *KHARISMA Tech* 20.1 (2025): 1–14.
- [18] Tresna, Pratami Wulan, Tetty Herawati, and Ratna Meisa Dai. "The Influence of Customer Experience on Repurchase Intention to Shopee Application Users." *Review of Integrative Business and Economics Research* 10 (2021): 94–102.

- [19] Ubaydillah, Marlinda Sanglise, and Alex De Kweldju. "Analisis Penilaian Kualitas Website Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode WebQual 4.0." *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)* 9.3 (2024): 1484–1493.
- [20] Wijaya, Lian Toni, and Eko Humair Pramudita. *Analisis User Interface Website E-Service Regional II di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional II Palembang Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda*. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Palcomtech, 2022.
- [21] Zikry, Arief, et al. "Analisis Penggunaan AI dalam Keberhasilan Customer Experience Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee." *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 4.3 (2024): 766–781.