



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tiktok Shop di Era Digital

Riza Fahlapi ¹, Obet Prayogo ², Salsa Dila Priyani ³, Dhea Ecky Anggraeni ⁴, Anggi Desti Ceria Nduru ⁵, Amelia Septi Darmayanti ⁶

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: riza.rzf@bsi.ac.id^{1*}, 63234016@bsi.ac.id^{2*}, 63231338@bsi.ac.id^{3*}, 63231337@bsi.ac.id^{4*}, 63231446@bsi.ac.id^{5*}, 63231138@bsi.ac.id^{6*}

ABSTRACT

The development of technology in the digital era has driven significant changes in consumer behavior, especially in online shopping activities. TikTok Shop as one of the social media-based e-commerce platforms has experienced rapid growth in attracting consumer interest. This study aims to analyze the effect of service quality and ease of use of the application on TikTok Shop customer satisfaction. The research method used is quantitative with a survey approach through a questionnaire distributed to active TikTok Shop users. Data were analyzed using multiple linear regression to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The results showed that both service quality and ease of use of the application have a positive and significant effect on customer satisfaction. This finding emphasizes the importance of optimizing application features and improving customer service to maintain and increase user loyalty amidst increasingly tight digital platform competition.

Keywords: *Service Quality, Ease of Use, Customer Satisfaction, TikTok Shop, Digital Era*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era digital telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, terutama dalam aktivitas berbelanja secara online. TikTok Shop sebagai salah satu platform e-commerce berbasis media sosial mengalami pertumbuhan pesat dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan TikTok Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pengguna aktif TikTok Shop. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi fitur aplikasi dan peningkatan layanan pelanggan untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pengguna di tengah persaingan platform digital yang semakin ketat.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, TikTok Shop, Era Digital*

Article History

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism Checker No
235

Prefix DOI :

[10.8734/Kohesi.v1i2.36](https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365)

[5](#)

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



1. PENDAHULUAN

1.1 Kualitas Pelayanan dalam E-Commerce Tiktok Shop

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tiktok Shop di Era Digital. Penelitian difokuskan pada pelanggan Tiktok Shop di Indonesia yang aktif melakukan transaksi, dengan menilai bagaimana aspek SIM seperti kecepatan layanan, akurasi informasi, dan efisiensi proses mempengaruhi pengalaman berbelanja dan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang relevan, dalam konteks perkembangan teknologi digital dan tren e-commerce saat ini.

1.2 Kemudahan Penggunaan Aplikasi

Kemudahan penggunaan aplikasi mengacu pada tingkat (3K) yaitu kenyamanan, keamanan dan kesederhanaan bagi pelanggan atau pengguna dalam berbelanja di TikTok Shop, mulai dari membuka menu, menemukan produk yang diinginkan, hingga penyelesaian dalam transaksi. Aplikasi yang mudah digunakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong untuk berbelanja kembali. Penelitian oleh *Widyastuti & Sugiarti (2023)* menunjukkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif pada keputusan menggunakan fitur TikTok Shop. Studi *Ngongo & Lena (2024)* menambahkan bahwa kemudahan mencari produk dan navigasi yang jelas meningkatkan minat beli pengguna.

1.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima, yang mencerminkan apakah harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Tingkat kepuasan pelanggan sangat penting bagi ecommerce karena memengaruhi loyalitas, pembelian ulang, dan rekomendasi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan harapan pelanggan. Di dunia ecommerce, kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, kemudahan navigasi website atau aplikasi, keamanan transaksi, waktu pengiriman, dan layanan pelanggan (Goh, Heng, & Lin, 2013). Penting bagi bisnis untuk memahami faktor-faktor ini guna menjaga kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman belanja yang positif. Kepuasan pelanggan dimulai dari adanya indikasi kuat telah terjadi fraud dalam suatu entitas. Indikasi tersebut berasal dari:

1. **Relevan:** Dalam konteks e-commerce, pendekatan proaktif bisa diterapkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan sebelum masalah muncul. Pendekatan reaktif bisa digunakan untuk menganalisis respons pelanggan setelah terjadi masalah (misalnya, keluhan terhadap layanan atau produk).
2. **Kompeten:** Pengumpulan Bukti Berdasarkan Relevansi, Kompetensi, dan Kecukupan: Data atau umpan balik yang dikumpulkan dari pelanggan harus memiliki hubungan langsung dengan aspek aspek layanan yang ingin dianalisis.
3. **Cukup:** Bukti e-commerce yang cukup berkaitan dengan jumlah bukti yang dapat dijadikan dasar untuk menarik suatu simpulan e-commerce.

1.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kerangka pemikiran ini akan diuji dalam penelitian ini untuk memahami sejauh mana kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi kepuasan pelanggan di TikTok Shop.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang dimulai dari tahap pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna TikTok Shop. Kuesioner disusun berdasarkan teknik random sampling dan indikator yang relevan dengan sistem informasi manajemen dan kepuasan pelanggan, seperti kecepatan layanan, keakuratan informasi, kemudahan penggunaan, serta keandalan sistem. Data yang terkumpul dari kuesioner kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

2.2 Dataset

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna TikTok Shop dengan teknik **random sampling**. Kuesioner disusun berdasarkan variabel kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kepuasan pelanggan, menggunakan skala Likert. Data yang terkumpul dianalisis dengan bantuan aplikasi SPSS untuk melihat hubungan antar variabel secara statistik.

2.3 Preprocessing Data

1. Tahap preprocessing dilakukan untuk membersihkan dan mempersiapkan data agar siap digunakan dalam proses pemodelan. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi.

2. Perencanaan Pengumpulan Data

Langkah pertama yaitu menentukan tujuan dan pernyataan penelitian. Lalu mengumpulkan data-data melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pengguna TikTok Shop. Pertanyaan di survei membahas tentang kualitas pelayanan, kemudahan aplikasi, dan kepuasan pelanggan.

3. Pemilihan Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode kuantitatif. Dalam konteks penelitian ini, metode ini melibatkan penyebaran serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik.

4. Pengolahan dan Validasi Data

Dalam langkah ini penulis membersihkan data dari kesalahan atau inkonsistensi, menghapus duplikasi, dan memperbaiki kesalahan. Lalu setelah data sudah dirapikan, data akan diuji menggunakan aplikasi SPSS, yang dimana di aplikasi ini akan menguji data uji validitas, reliabel, uji F, dan uji T.

2.4 Pembagian Data

Pembagian data bertujuan untuk memisahkan dataset menjadi dua kelompok utama: satu untuk proses pelatihan (training) dan yang lainnya untuk pengujian (testing). Umumnya, data dibagi dengan proporsi tertentu, seperti 80% untuk pelatihan dan 20% untuk pengujian.

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Analisis data dalam penelitian ini kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik inferensial (Sugiyono, 2019). Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan



mendeskripsikan semua data dari semua variabel dalam bentuk mean dan simpangan baku atau standar deviasi. Analisis statistik dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan program SPSS.

2.6 Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam statistik memungkinkan pengambilan keputusan, lebih tepatnya, keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis yang di perdebatkan atau di uji. Terdapat

1. Hipotesis Nihil (H0)

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada TikTok Shop di era digital.

2. Hipotesis Alternatif (H1)

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada TikTok Shop di era digital.

A. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat akurasi atau ketepatan antara data yang diberikan oleh peneliti dan data yang sesungguhnya terjadi pada subjek peneliti. Data yang dianggap valid adalah informasi yang tidak berbeda dengan informasi yang dilaporkan oleh peneliti dan 58 mencerminkan kejadian sebenarnya yang terjadi pada objek penelitian.

Adapun kriteria penelitian pada uji validitas sebagai berikut :

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, atau nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa dapat diandalkan atau dapat dipercaya suatu alat pengukur (Notoatmodjo (2005) dan Widi R (2011)) oleh karena itu, uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan konsistensi alat ukur, atau apakah alat ukur tetap konsisten meskipun pengukuran diulang. Alat ukur dianggap reliabel jika menghasilkan hasil yang konstan meskipun diukur berulang kali. Karena data yang akan diukur harus valid, uji validitas data biasanya dilakukan sebelum uji reliabilitas data. Jika data yang diukur tidak valid, uji reliabilitas data tidak perlu dilakukan.

Adapun kriteria penelitian pada uji validitas sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka dinyatakan reliabel atau handal.
2. jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel atau tidak handal.

C. Uji F

Uji Simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (variabel bebas) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Adapun kriteria penelitian pada uji validitas sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \alpha = 5\%$, maka H1 diterima dan H0 ditolak yang artinya variabel independen (variabel bebas) mempengaruhi variabel-variabel dependen (variabel terikat).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > \alpha = 5\%$, maka H1 ditolak dan H0 diterima yang artinya variabel independen (variabel bebas) tidak mempengaruhi variabel-variabel dependen (variabel terikat).



D. Uji T

Menurut Sugiyono (2019), Uji T pengujian parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan menjaga salah satu variabel independen tetap dikendalikan. Korelasi parsial adalah nilai yang menggambarkan kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel setelah mengontrol pengaruh satu variabel yang diduga dapat mempengaruhi hubungan variabel. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh)
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya instrumen penelitian dalam hal ini hasil kuesioner. Analisis statistik uji validitas menggunakan uji validitas Pearson Correlation.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu:

1. Nilai signifikansi $< 0,05$ maka item kuesioner dinyatakan valid.
2. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka item kuesioner tidak dinyatakan valid.

Selain itu pengambilan keputusan juga bisa dilakukan dengan melihat nilai r hitung dan r tabel. Item kuesioner dikatakan valid jika:

1. Nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada signifikansi 5%, dinyatakan valid
2. Nilai $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ pada signifikansi 5% dinyatakan tidak valid.

Nilai r tabel dapat dilihat pada tabel r tabel dengan melihat N (100) dan signifikansi 5%.

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - \Sigma X\Sigma Y}{\sqrt{(N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Berikut ini adalah rumus uji validitas Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

ΣX = Jumlah skor butir soal

ΣY = Jumlah skor total soal

ΣX^2 = Jumlah skor kuadrat butir soal X

ΣY^2 = Jumlah skor total kuadrat butir soal Y

Item yang dinyatakan valid memiliki tingkatan validitas sebagai berikut :

Nilai r hitung	Interpretasi
0.81 - 0.99	Sangat Tinggi
0.61 - 0.80	Tinggi
0.41 - 0.60	Cukup Tinggi
0.21 - 0.40	Rendah
0.01 - 0.20	Sangat Rendah

Nilai diatas menunjukkan bahwa, semakin tinggi nilai r hitung yang didapatkan pada hasil analisa menunjukkan bahwa item instrumen penelitian tingkat kepercayaan semakin tinggi.



Gambar 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations					VARIABEL X1 KUALITAS PELAYANAN
		ITEM X1.1	ITEM X1.2	ITEM X1.3	ITEM X1.4	ITEM X1.5	
ITEM X1.1	Pearson Correlation	1	,299**	,347**	1,000**	,299**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X1.2	Pearson Correlation	,299**	1	,420**	,299**	1,000**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X1.3	Pearson Correlation	,347**	,420**	1	,347**	,420**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X1.4	Pearson Correlation	1,000**	,299**	,347**	1	,299**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X1.5	Pearson Correlation	,299**	1,000**	,420**	,299**	1	,839**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,002		,000
	N	100	100	100	100	100	100
VARIABEL X1 KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	,733**	,839**	,647**	,733**	,839**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2)

		Correlations					VARIABEL X2 KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI
		ITEM X2.1	ITEM X2.2	ITEM X2.3	ITEM X2.4	ITEM X2.5	
ITEM X2.1	Pearson Correlation	1	,542**	,229*	,262**	,107	,647**
	Sig. (2-tailed)		,000	,022	,008	,290	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X2.2	Pearson Correlation	,542**	1	,112	,094	-,043	,499**
	Sig. (2-tailed)	,000		,266	,352	,673	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X2.3	Pearson Correlation	,229*	,112	1	,347**	,420**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,022	,266		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X2.4	Pearson Correlation	,262**	,094	,347**	1	,299**	,643**
	Sig. (2-tailed)	,008	,352	,000		,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM X2.5	Pearson Correlation	,107	-,043	,420**	,299**	1	,639**
	Sig. (2-tailed)	,290	,673	,000	,002		,000
	N	100	100	100	100	100	100
VARIABEL X2 KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI	Pearson Correlation	,647**	,499**	,682**	,643**	,639**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations					VARIABEL Y KEPUASA PELANGGAN
		ITEM Y1	ITEM Y2	ITEM Y3	ITEM Y4	ITEM Y5	
ITEM Y1	Pearson Correlation	1	,377**	,331**	,181	,188	,666**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,072	,061	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM Y2	Pearson Correlation	,377**	1	,386**	,182	,196	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,070	,051	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM Y3	Pearson Correlation	,331**	,386**	1	,352**	,458**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM Y4	Pearson Correlation	,181	,182	,352**	1	,299**	,580**
	Sig. (2-tailed)	,072	,070	,000		,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM Y5	Pearson Correlation	,188	,196	,458**	,299**	1	,663**
	Sig. (2-tailed)	,061	,051	,000	,002		,000
	N	100	100	100	100	100	100
VARIABEL Y KEPUASA PELANGGAN	Pearson Correlation	,666**	,651**	,732**	,580**	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Tabel R-Hitung (lanjutan)

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181
103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137
106	0,1591	0,1891	0,2236	0,2469	0,3123
107	0,1584	0,1882	0,2226	0,2458	0,3109
108	0,1576	0,1874	0,2216	0,2446	0,3095
109	0,1569	0,1865	0,2206	0,2436	0,3082
110	0,1562	0,1857	0,2196	0,2425	0,3068
111	0,1555	0,1848	0,2186	0,2414	0,3055
112	0,1548	0,1840	0,2177	0,2403	0,3042
113	0,1541	0,1832	0,2167	0,2393	0,3029
114	0,1535	0,1824	0,2158	0,2383	0,3016
115	0,1528	0,1816	0,2149	0,2373	0,3004
116	0,1522	0,1809	0,2139	0,2363	0,2991
117	0,1515	0,1801	0,2131	0,2353	0,2979
118	0,1509	0,1793	0,2122	0,2343	0,2967
119	0,1502	0,1786	0,2113	0,2333	0,2955

Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada kolom Variabel XI dan Y pada Nilai *Pearson Correlation* menunjukkan nilai lebih besar dari r tabel 0.1966 (Dapat dilihat pada tabel).

3.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang responden terhadap pernyataan akan menghasilkan data yang konsisten atau stabil. Jawaban responden terhadap pernyataan ini dikatakan reliabel jika masing-masing dari pernyataan dijawab secara konsisten atau tidak boleh acak, dapat dipertanggung jawabkan, karena itu masing-masing pernyataan hendak mengukur hal yang sama. Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala ataupun kejadian. Syarat sebuah variabel bisa dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60.

Gambar 4 Hasil Uji Reliabilitas X1

→ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	6

Gambar 5 Hasil Uji Reliabilitas X2

→ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	6

Gambar 6 Hasil Uji Reliabilitas Y

→ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	6

Pada Gambar 4, 5 & 6 menunjukkan bahwa setelah dilakukan Uji Reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut; Kualitas Pelayanan 0,796; Kemudahan Penggunaan Aplikasi 0,743; dan Kepuasan Pelayanan 0,759. Hal ini berarti semua variabel memiliki reliabilitas yang baik, karena nilai koefisien alpha pada ketiga variabel berada diatas 0,60.



3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

3.3.1 Uji F

Uji F dikenal sebagai uji simultan, merupakan metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah semua variabel independen dalam suatu model regresi secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Uji ini sering diterapkan dalam analisis varians (ANOVA) dan analisis regresi untuk menguji hipotesis tentang pengaruh gabungan dari beberapa variabel bebas. Berikut hasil uji F variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	279,327	2	139,663	745,888	,000 ^b
	Residual	18,163	97	,187		
	Total	297,490	99			

a. Dependent Variable: VARIABEL Y KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), VARIABEL X2 KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, VARIABEL X1 KUALITAS PELAYANAN

Hasil nilai dari f hitung diatas sebesar 745,888, nilai ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (Variabel Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi) berpengaruh simultan terhadap Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan).

3.3.2 Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Uji Koefisien Regresi adalah teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara satu atau lebih variabel independen (prediktor) dengan satu variabel dependen (respons). Tujuan utama dari uji ini adalah untuk menentukan seberapa kuat dan signifikan hubungan tersebut serta untuk mengukur pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil Uji Koefisien Regresi pada variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,969 ^a	,939	,938	,433	,939	745,888	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), VARIABEL X2 KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI, VARIABEL X1 KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: VARIABEL Y KEPUASAN PELANGGAN

Hasil Uji Koefisien Regresi diatas yaitu dimana pada kolom R Square diatas terdapat nilai sebesar 0,939, jika dikonversikan ke persentase menjadi 93,9%, maka sumbangan variabel Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi dalam mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan memberikan nilai sebesar 93,9%. Kemudian 6,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

3.3.3 Uji T

Uji T atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan koefisien korelasi. Berikut hasil uji T variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan penggunaan Aplikasi (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).



Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	7,193	,392		18,364	,000
	VARIABEL X1 KUALITAS PELAYANAN	,905	,032	1,228	28,413	,000
	VARIABEL X2 KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI	-,323	,041	-,344	-7,956	,000

a. Dependent Variable: VARIABEL Y KEPUASAN PELANGGAN

Dari hasil uji t diatas pada kolom t dan sig. dapat dilihat bahwa:

1. Nilai t hitung Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 28,413 lebih besar dari nilai t tabel (1.98397) dan sig. < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).
2. Nilai t hitung Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan Aplikasi) sebesar -7,956 lebih kecil dari t tabel (1.98397) dan sig. < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan Aplikasi) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

3.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai apakah sebuah data atau variable berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (K-S). Data yang dinyatakan terdistribusi normal menunjukkan nilai uji signifikansi >0,05.

Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)

→ NPar Tests

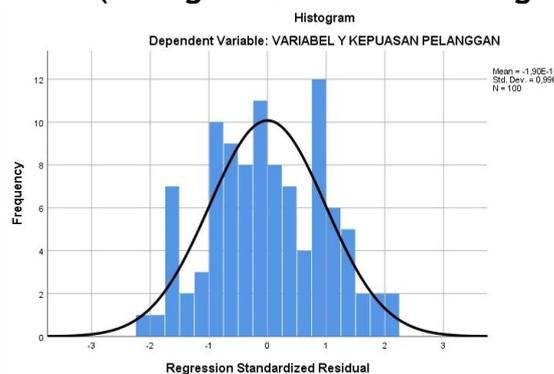
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,068
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,184 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

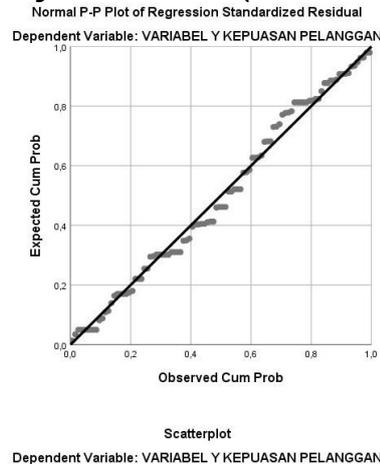
Berdasarkan hasil uji normalitas metode Kolmogorov-Sminrov pada table diatas diketahui bahwa hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 100 responden berdistribusi normal. Karena hasil dari variable Kualitas Pelayanan (X1), Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) Nilai **Asymp. Sig. (2 tailed)** sebesar 0,184 yang menunjukkan bahwa lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan berdistribusi normal dan memenuhi syarat normalitas.

Hasil Uji Normalitas (Histogram Standardized Regression Residual)



Berdasarkan output , tampilan histogram terlihat bahwa kurva dependent dan resgression standardized residual membentuk lonceng yang tidak memiliki kemencengan ekstrim.

Hasil Uji Normalitas (Probability Plots)



Berdasarkan hasil dari gambar di atas bisa disimpulkan bahwa Normal P-P Plot Regression Standardized, titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, meski ada yang memiliki jarak namun jaraknya tidak jauh dari garis diagonal tersebut. Sehingga berdasarkan grafik Normal Probability Plots, data terdistribusi normal.

KESIMPULAN

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan pada TikTok Shop di era digital, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Kualitas pelayanan** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti kecepatan respons, akurasi informasi, dan kesiapan dalam menangani keluhan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
2. **Kemudahan penggunaan aplikasi** juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Aplikasi yang mudah digunakan, navigasi yang jelas, serta proses transaksi yang efisien mampu meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen secara keseluruhan.
3. **Hasil analisis regresi linier berganda** menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara simultan mempengaruhi variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai R^2 yang menunjukkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara substansial.

4.2 SARAN

1. Bagi TikTok Shop dan developer aplikasi:

- Disarankan untuk terus melakukan inovasi pada fitur-fitur aplikasi agar tetap user-friendly dan adaptif terhadap perubahan perilaku pengguna.



- Meningkatkan kualitas layanan pelanggan melalui sistem feedback dan respons cepat dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
2. **Bagi pelaku usaha atau seller:**
- Fokus pada membangun hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang cepat dan ramah, serta memastikan deskripsi dan kualitas produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
3. **Bagi peneliti selanjutnya:**
- Dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), harga, atau persepsi keamanan dalam model penelitian.
 - Dapat memperluas cakupan wilayah dan menambah jumlah responden agar hasil penelitian lebih general.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Apliana Ngongo, & S. V. V. L. (2024, March 24). *PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI TIKTOK SHOP*. <https://www.bajangjournal.com/index.php/juremi/article/view/7569>
- [2] Maulitiana, A. N., & Aji, T. S. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MARKETPLACE TIKTOK SHOP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MA'HAD JAMI'AH UNIVERSITAS HASYI ASY'ARI TEBUIRENG JOMBANG)*. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(3), 403-410. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i3.7177>
- [3] Trie Andari Ratna Widyastuti, M. S. (2023, August 4). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN FITUR TIKTOK SHOP DALAM APLIKASI TIKTOK PADA MAHASISWA/I INSTITUT STIAMI*. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/jumabi/article/view/3281>.
- [4] Wirpan, I. (2024, December 23). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TIKTOKSHOP TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada pelanggan Candy Lady Store Tiktokshop di Bandar Lampung)*. <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/36745>.