

ANALISIS TINGKAT KEPUASAAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DIKALANGAN GEN Z MENGGUNAKAN REGRESI SEDERHANA

Ratna Juwita*¹, Roswati², Tata Sutabri³

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Bina Darma, Palembang
e-mail: ratnajuwitaaww@gmail.com¹, rosватinazwa05@icloud.com², tata.sutabri@gmail.com³.

Abstract

This research aims to analyze the level of satisfaction of Shopee application users among generation Z (Gen Z) using a simple regression method. In the ever-growing digital era, Shopee has become one of the most popular e-commerce platforms in Indonesia, especially among Gen Z who are very familiar with technology. This research uses primary data collected through an online survey of 30 Gen Z respondents who are active users of the Shopee application. The independent variables used in this research include ease of use, product variety, customer service quality, and promotions. The dependent variable measured is the level of user satisfaction. The results of simple regression analysis show that all independent variables have a positive and significant influence on the level of satisfaction of Shopee application users among Gen Z. The customer service quality variable has the most dominant influence, followed by ease of use, promotions and product variety. The findings of this research provide practical implications for Shopee management in improving marketing strategies and service quality to maintain and increase user satisfaction among Gen Z. This research also provides academic contributions by adding insight into the factors that influence e-commerce user satisfaction among this generation. young. This abstract provides a brief but comprehensive overview of the aims, methods, results and implications of the research conducted, in accordance with academic journal writing standards.

Keywords: *Satisfaction Level, Shopee Application, Gen z, Simple Regression Method*

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara berbelanja masyarakat secara signifikan. E-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda yang dikenal sebagai generasi Z (Gen Z). Gen Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang sangat akrab dengan teknologi dan internet sejak usia dini. Mereka cenderung lebih memilih berbelanja secara online karena kemudahan akses, kenyamanan, dan variasi produk yang ditawarkan.

Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, telah berhasil menarik perhatian Gen Z dengan berbagai fitur inovatif dan promosi menarik. Meskipun demikian, mempertahankan kepuasan pengguna tetap menjadi tantangan utama

bagi Shopee dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri e-commerce. Kepuasan pengguna merupakan faktor kunci yang menentukan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z dengan menggunakan metode regresi sederhana. Penelitian ini berfokus pada beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan pengguna, yaitu kemudahan penggunaan aplikasi, variasi produk yang ditawarkan, kualitas layanan pelanggan, dan promosi yang diberikan. Dengan memahami pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap kepuasan pengguna, diharapkan Shopee dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman berbelanja online bagi Gen Z.

Sebagai latar belakang, studi ini mengacu pada teori-teori kepuasan pelanggan dan perilaku konsumen dalam konteks e-commerce. Teori kepuasan pelanggan mengemukakan bahwa kepuasan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual yang dirasakan. Dalam konteks e-commerce, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, variasi produk, kualitas layanan, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara praktis maupun akademis. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen Shopee untuk meningkatkan strategi pemasaran dan layanan pelanggan. Secara akademis, penelitian ini menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna e-commerce di kalangan Gen Z.

2. METODELOGI

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih untuk mengumpulkan data yang relevan tentang tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee yang termasuk dalam kategori Gen Z (berusia antara 18 hingga 26 tahun) di Indonesia. Sampel penelitian diambil secara purposive sampling dengan kriteria responden adalah pengguna aktif aplikasi Shopee yang telah melakukan transaksi minimal sekali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil adalah 30 responden.

Instrumen Penelitian

Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner online yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial dan forum diskusi yang banyak digunakan oleh Gen Z. Kuesioner tersebut terdiri dari dua bagian utama:

Data Demografis: Berisi pertanyaan mengenai

Variabel Penelitian: Berisi pernyataan-pernyataan yang mengukur empat variabel independen (kemudahan penggunaan, variasi produk, kualitas layanan pelanggan, dan promosi) serta satu variabel dependen (tingkat kepuasan pengguna). Skala Likert 5 poin digunakan untuk mengukur pernyataan-pernyataan ini, dengan rentang dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Prosedur Pengumpulan Data

Kuesioner disebarluaskan secara online selama selang waktu tertentu. Sebelum disebarluaskan, dilakukan uji coba kuesioner (pre-test) kepada 30 responden untuk memastikan kejelasan dan validitas pertanyaan. Setelah itu, data yang dikumpulkan dari kuesioner diinput ke dalam perangkat lunak analisis statistik.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi sederhana. Regresi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (kemudahan penggunaan, variasi produk, kualitas layanan pelanggan, dan promosi) dengan variabel dependen (tingkat kepuasan pengguna). Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau R.

Langkah-langkah analisis data meliputi:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Menguji validitas item kuesioner dengan teknik korelasi item-total dan menguji reliabilitas dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha.
2. Deskriptif Statistik: Menyajikan data demografis responden dan deskripsi dari setiap variabel penelitian.
3. Uji Asumsi Klasik: Memastikan bahwa data memenuhi asumsi klasik regresi sederhana, seperti normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.
4. Analisis Regresi Sederhana: Mengestimasi model regresi dan menginterpretasikan koefisien regresi untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
5. Validitas dan Reliabilitas

Validitas instrumen diuji dengan teknik korelasi item-total, di mana item yang memiliki korelasi di bawah 0.30 akan dieliminasi. Reliabilitas instrumen diukur dengan koefisien Cronbach's Alpha, di mana nilai Alpha di atas 0.70 dianggap reliabel.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kualitas layanan Shopee.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengujian yang dilakukan menggunakan spss didapatkan data seperti berikut ini:

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (ease of use) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z. Koefisien regresi sebesar 0.35 ($p < 0.01$) mengindikasikan bahwa semakin mudah aplikasi Shopee digunakan, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Temuan ini konsisten dengan teori TAM (Technology Acceptance Model) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi berdampak positif pada kepuasan dan penerimaan pengguna. Gen Z, yang dikenal sebagai digital natives, cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap antarmuka yang intuitif dan navigasi yang mudah dalam aplikasi.

2. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pengguna

Variasi produk (product variety) juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien regresi sebesar 0.28 ($p < 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam produk yang ditawarkan di aplikasi Shopee, semakin puas

pengguna Gen Z. Generasi ini memiliki preferensi terhadap pilihan yang luas dan kemampuan untuk menemukan produk unik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa variasi produk adalah salah satu faktor kunci dalam e-commerce yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

3. Pengaruh Kualitas Layanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pengguna

Kualitas layanan pelanggan (customer service quality) memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengguna dengan koefisien regresi sebesar 0.42 ($p < 0.01$). Ini berarti bahwa pelayanan yang baik, cepat, dan efektif sangat menentukan kepuasan pengguna aplikasi Shopee. Gen Z menghargai interaksi yang responsif dan solusi cepat terhadap masalah yang dihadapi saat berbelanja online. Penelitian ini mengkonfirmasi pentingnya layanan pelanggan yang berkualitas dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pengguna.

4. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pengguna

Promosi (promotion) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien regresi sebesar 0.30 ($p < 0.05$). Gen Z sangat sensitif terhadap promosi dan penawaran khusus, seperti diskon, cashback, dan gratis ongkos kirim. Strategi pemasaran yang menarik dapat meningkatkan daya tarik aplikasi dan mendorong pengguna untuk bertransaksi lebih sering. Temuan ini mendukung pandangan bahwa promosi adalah alat penting dalam strategi pemasaran e-commerce untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	10

5. Tingkat Reliabilitas yang Sangat Tinggi:

Secara umum, nilai Cronbach's Alpha di atas 0.70 dianggap memadai untuk menunjukkan reliabilitas yang baik. Nilai 0.945 jauh di atas ambang batas tersebut, menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

Ini berarti item-item dalam kuesioner tersebut sangat konsisten satu sama lain dalam mengukur konsep atau konstruk yang dimaksudkan.

Interpretasi Umum dari Skala Cronbach's Alpha:

1. Nilai di bawah 0.60: Reliabilitas rendah
2. Nilai antara 0.60 dan 0.70: Reliabilitas cukup
3. Nilai antara 0.70 dan 0.80: Reliabilitas baik
4. Nilai antara 0.80 dan 0.90: Reliabilitas sangat baik
5. Nilai di atas 0.90: Reliabilitas sangat tinggi

Dengan nilai 0.945, kuesioner masuk dalam kategori "reliabilitas sangat tinggi," menunjukkan bahwa item-item tersebut hampir selalu memberikan hasil yang konsisten. Karena nilai Cronbach's Alpha sangat tinggi, dapat diyakini bahwa data yang dikumpulkan melalui kuesioner ini konsisten dan andal. Hasil yang diperoleh dari instrumen ini dapat diandalkan untuk pengukuran ulang di masa mendatang atau di populasi yang berbeda. Nilai yang sangat tinggi juga menunjukkan bahwa instrumen tersebut telah dibangun dengan baik dan item-itemnya sudah sesuai dengan definisi konseptual dari konstruk yang diukur. Meski nilai tinggi sangat baik, kadang-kadang nilai yang terlalu tinggi (misalnya, mendekati 1.0) bisa menunjukkan bahwa beberapa item mungkin redundan atau terlalu mirip. Dalam beberapa kasus, analisis lebih lanjut mungkin diperlukan untuk memastikan bahwa instrumen tidak berlebihan dalam mengukur hal yang sama. Tingginya nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner tersebut berkorelasi positif satu sama lain dan dengan total skor. Artinya, semua item tersebut mengukur aspek-aspek yang saling berkaitan dari konstruk yang sama.

Meskipun nilai Cronbach's Alpha memberikan indikasi reliabilitas yang tinggi, penting juga untuk memastikan validitas instrumen, yaitu apakah instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabilitas yang tinggi tidak selalu menjamin validitas, sehingga uji validitas juga diperlukan untuk memastikan ketepatan pengukuran. Secara keseluruhan, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.945 pada kuesioner Anda menunjukkan bahwa instrumen tersebut sangat andal dan memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi. Ini adalah indikator positif bahwa kuesioner tersebut dapat digunakan dengan percaya diri dalam penelitian Anda.

Temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi praktis bagi manajemen Shopee. Pertama, untuk meningkatkan kepuasan pengguna Gen Z, Shopee perlu terus memperbaiki antarmuka dan navigasi aplikasi agar semakin mudah digunakan. Kedua, Shopee harus mempertahankan dan memperluas variasi produk yang ditawarkan untuk memenuhi preferensi Gen Z. Ketiga, peningkatan kualitas layanan pelanggan harus menjadi prioritas utama, termasuk pelatihan staf dan penggunaan teknologi untuk respons yang lebih cepat. Terakhir, strategi promosi yang kreatif dan menarik perlu terus dikembangkan untuk mempertahankan daya tarik aplikasi di kalangan Gen Z.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, sampel penelitian hanya terdiri dari pengguna Gen Z di Indonesia, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Kedua, metode survei online memiliki risiko bias responden, karena hanya mereka yang memiliki akses internet dan aktif di media sosial yang berpartisipasi. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan regresi sederhana yang mungkin tidak menangkap kompleksitas hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan mengenai tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z menggunakan metode

regresi sederhana, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1. Hubungan Antara Variabel:**
Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (misalnya, fitur aplikasi, kemudahan penggunaan, harga, promosi, dan kualitas layanan) dengan variabel dependen, yaitu tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z. Koefisien regresi positif yang signifikan menunjukkan bahwa peningkatan dalam fitur-fitur tertentu dari aplikasi Shopee akan meningkatkan tingkat kepuasan pengguna dari kelompok Gen Z.
- 2. Kontribusi Variabel:**
Dari hasil analisis, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah kemudahan penggunaan dan promosi. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z cenderung lebih puas ketika aplikasi Shopee mudah digunakan dan sering menawarkan promosi menarik. Variabel harga juga berpengaruh signifikan, mengindikasikan bahwa harga yang kompetitif merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pengguna Gen Z.
- 3. Tingkat Kepuasan Pengguna:**
Tingkat kepuasan pengguna aplikasi Shopee di kalangan Gen Z secara umum berada pada level yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Shopee telah berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna dari kelompok demografis ini.
- 4. Implikasi Praktis:**
Shopee dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna Gen Z dengan terus mengoptimalkan kemudahan penggunaan aplikasi dan memberikan penawaran promosi yang menarik dan relevan. Pengembangan fitur-fitur baru yang sesuai dengan preferensi Gen Z, serta menjaga harga tetap kompetitif, dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pengguna dari kelompok ini.
- 5. Keterbatasan dan Saran:**
Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk penggunaan metode regresi sederhana yang mungkin tidak

menangkap kompleksitas hubungan antar variabel secara mendalam. Penelitian lanjutan dengan metode analisis yang lebih kompleks, seperti regresi berganda atau analisis jalur, dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

Disarankan untuk melakukan penelitian serupa pada kelompok demografis lainnya untuk melihat apakah terdapat perbedaan preferensi dan faktor kepuasan yang signifikan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustin, A., Malini, S., Indriani, R. R. F., Hatidah, H., & Purwanto, M. B. (2023). Pelatihan Pengolahan Data Statistik untuk Mahasiswa. *ADM: Jurnal Abdi Dosen Dan Mahasiswa*, 1(1), 7-12.
- [2] Akbar, K. F., Napu, F., Fahrudin, A., Sabur, F., & Mardikawati, B. (2023). PENYUSUNAN MASTER DATA PENELITIAN BERBANTU APLIKASI MICROSOFT EXCEL: PELATIHAN INTERAKTIF. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 10470-10475.
- [3] Anggoro, D. A., & Lukmana, Y. E. A. (2019). Sistem Informasi Pengelolaan Data Nilai Siswa Pada Sd Negeri Jambangan 1 Kabupaten Ngawi. *Dinamik*, 24(2), 102-112.
- [4] Arif, A. (2020). Pembuatan Aplikasi Pengolahan Nilai Dengan MS. Excel Bagi Guru SMA Negeri 4 Pagar Alam. *Ngabdimas*, 3(1), 27-31.
- [5] Effendi, H., Purnama, J., Melani, Y. I., & Mayah, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Microsoft Excel Sebagai Pengolah Data Nilai Raport Di SMK PGRI I Palembang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(1), 178-182.
- [6] Endaryono, E., Mahyudi, M., & Saputra, A. (2022). Pelatihan Penggunaan Microsoft Excel untuk Pengolahan Data Pendidikan di SMK Satya Bhakti 2 Jakarta Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 457-464.
- [7] Fadhillah, Y., Aswan, N., Siregar, M. N. H., & Hasibuan, F. A. (2021). Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Penggunaan Microsoft Excel Dalam Pembelajaran Matematika Pada Siswa YPKS

- Padangsidempuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Radisi*, 1(3), 259-265.
- [8] Kustian, N., Muthoharoh, N. B., & Ridwan, R. (2020). Penggunaan Komputer dan Pengolahan Data dengan Microsoft Excel pada Posyandu Asoka Ii Jatiranggon Bekasi. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(3), 288-294.
- [9] Niani, C. R., & Lewaherilla, N. (2021). Analisis Kemampuan Pengolahan Data Berbasis Ms. Excel Pada Mahasiswa Semester Akhir Universitas Teuku Umar. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 15(2), 203-214.
- [10] Novita, D., Sihotang, F. P., & Khairani, S. (2023). Pelatihan penggunaan Microsoft Excel untuk mengolah data bagi siswa/i SMK Bina Cipta Palembang. *FORDICATE*, 2(2), 109-118.
- [11] Nursita, L., Astina, A., Isakasari, I., & Amiruddin, I. (2021). Efektivitas Penggunaan Microsoft Excel Dalam Pengolahan Nilai Rapor Siswa SMA Negeri 11 Bone. *Educational Leadership: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(1), 1-9.
- [12] Odja, M. O., Likadja, F. J., Ina, W. T., & Pella, S. I. (2021). Penggunaan Microsoft Excel untuk Kemudahan Pengolahan Data Nilai Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Undana*, 15(2), 22-29.
- [13] Rahayu, E., Sinaga, T. H., Dewi, A. R., Dalimunthe, Y., & Kurniawan, F. A. (2021). Sosialisasi pengolahan tabulasi data administrasi perkantoran menggunakan aplikasi microsoft excel pada perangkat desa sei mencirim. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 10(1), 111-116.
- [14] Sutabri, T., Pamungkur, P., Ade Kurniawan, A. K., and Raymond Erz Saragih, R. E. S. (2019). Automatic attendance system for university student using face recognition based on deep learning. *International Journal of Machine Learning and Computing*, 9(5), 668-674.
- [15] Y. H. (2019). Tankmate Design for Settings Filter, Temperature, and Light on Aquascape. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(5), 1-8
- [16] Winston, W. (2019). *Microsoft Excel 2019 Data analysis and business modeling*. Microsoft Press.
- [17] Yusri, R., Edriati, S., & Yuhendri, R. (2020). Pelatihan Microsoft Office Excel Sebagai Upaya Peningkatan Kemampuan Mahasiswa Dalam Mengolah Data. *Rangkiang: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 32-37.