

Analisis Faktor Kesuksesan Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok Menggunakan Model Delone dan Mclean

Bella Aresta Kadang¹, Albertus Joko Santoso², Herlina³

Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari 43, Sleman, 55281, D.I. Yogyakarta, Indonesia

Email: ¹190710372@students.uajy.ac.id, ²joko.santoso@uajy.ac.id, ³herlina@uajy.ac.id

Abstrak. Saat ini masyarakat telah dimudahkan oleh teknologi dalam melakukan transaksi jual beli. Para pelaku usaha saat ini dapat bertransaksi menggunakan e-commerce. Salah satu platform e-commerce yang ada di Indonesia adalah fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. Pada tahun 2022, GMV (Gross Merchandise Value) TikTok Shop mencapai Rp. 68 triliun di Asia Tenggara. Tentunya ada banyak faktor yang menjadi alasan dibalik kesuksesan dari TikTok Shop sehingga penelitian ini akan menganalisis apa saja faktor kesuksesan dari TikTok Shop menggunakan model Delone dan McLean. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi yaitu mahasiswa perguruan tinggi Yogyakarta. Didapatkan sebanyak 400 sampel dan data dari sampel akan diolah menggunakan SmartPLS 4. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa besarnya penggunaan pada aplikasi TikTok Shop dipengaruhi oleh kualitas informasi serta kualitas layanan. Besarnya kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas sistem, kualitas informasi, dan penggunaan. Terakhir, manfaat bersih yang dirasakan oleh pengguna dapat dipengaruhi oleh besarnya penggunaan.

Kata Kunci: e-commerce, TikTok Shop, faktor kesuksesan, model Delone dan McLean.

1. Pendahuluan

Saat ini masyarakat telah dimudahkan oleh teknologi dalam melakukan transaksi jual beli. Para pelaku usaha saat ini dapat bertransaksi menggunakan jaringan internet, atau yang dikenal sebagai e-commerce. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021 tercatat sebanyak 2.361.423 usaha di Indonesia menggunakan e-commerce dalam melakukan transaksi [1]. Berbagai usaha tersebut tersebar diberbagai aplikasi, dan aplikasi media sosial TikTok adalah salah satunya.

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial, di mana penggunanya dapat membuat dan mengunggah video dengan durasi pendek [2]. Jumlah peminat dari aplikasi ini berkembang dengan sangat cepat. Tahun 2019 merupakan tahun di mana pengguna TikTok memuncak hingga tercatat lebih dari 380 juta unduhan serta pada tahun 2021 tercatat jumlah pengguna aplikasi TikTok sebesar 656 juta di seluruh dunia, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 15% sehingga mencapai jumlah 755 juta di seluruh dunia [3].

Dikarenakan jumlah penggunanya yang terus meningkat, pada tahun 2021 TikTok secara resmi mengeluarkan fitur baru yaitu TikTok Shop [4]. Tujuan dari adanya fitur ini adalah agar pengguna aplikasi TikTok dapat melakukan transaksi jual beli secara langsung pada aplikasi. Hingga saat ini, fitur TikTok Shop masih ramai di kalangan manapun oleh masyarakat dikarenakan promo dan gratis ongkos kirim yang disediakan oleh fitur TikTok Shop. Selain dari kedua hal tersebut, tentunya masih banyak faktor lainnya yang membuat TikTok Shop tetap ramai hingga saat ini. Faktor tersebut dapat menjadi evaluasi penelitian ini yang akan membahas faktor apa saja yang membantu kesuksesan TikTok Shop hingga saat ini. Salah satu model yang dapat digunakan dalam mengukur faktor kesuksesan tersebut ialah model Delone dan McLean. Model Delone dan McLean digunakan dalam penelitian ini dikarenakan model ini telah digunakan oleh beberapa peneliti sebelumnya dalam mengukur suatu kesuksesan dari sistem yang sudah ada [5]. Selain itu, model ini juga mendukung hasil pengukuran agar lebih menyeluruh dibanding hanya menggunakan variabel tertentu [6], karena model ini telah

mencakup enam variabel penting dalam suatu sistem, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, serta manfaat bersih.

2. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan sebuah studi yang dilakukan oleh Hidayatullah, dkk pada tahun 2020 [7] mengenai kesuksesan sistem pembelajaran menggunakan aplikasi Zoom pada saat pandemi menggunakan model Delone dan McLean. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan didapatkan 180 responden sebagai sampel. Pada penelitian ini dihasilkan bahwa variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna, dan variabel kepuasan pengguna sendiri memiliki pengaruh terhadap variabel manfaat bersih.

Penelitian berikutnya mengenai kesuksesan aplikasi pendaftaran antrian paspor *online* menggunakan model Delone dan McLean yang dilakukan oleh Ramos, dkk pada tahun 2022 [8]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel dari model Delone dan McLean dalam aplikasi pendaftaran antrian paspor online. Penelitian ini menggunakan data dari 200 responden dan menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kualitas informasi dan kualitas sistem tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dan penggunaan, variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna namun memiliki pengaruh terhadap penggunaan, variabel karakteristik pengguna memiliki pengaruh terhadap variabel penggunaan, variabel penggunaan memiliki pengaruh terhadap variabel manfaat bersih dan kepuasan pengguna, serta sistem memerlukan peningkatan, khususnya dalam integrasinya.

Penelitian berikutnya mengenai analisis kepuasan pengguna layanan Google Form yang kerap digunakan sebagai media survey menggunakan model Delone dan McLean yang dilakukan Mubarak, dkk pada tahun 2020 [9]. Penelitian ini menggunakan lima dari enam variabel model Delone dan McLean yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, dan kepuasan pengguna. Terdapat 100 responden sebagai data sampel pada penelitian ini dan dihasilkan bahwa kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan pengguna secara simultan.

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Model Delone dan McLean

Model Delone dan McLean merupakan sebuah model yang dirancang oleh William H. Delone dan Ephraim R. McLean yang berfungsi untuk mengukur variabel dependen yang kompleks dalam penelitian sistem informasi [10]. Model ini dirancang pada tahun 1992 dengan enam variabel yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, intensitas pengguna, kepuasan pengguna, dampak individu, serta dampak organisasi [11].

Namun model tersebut menuai kritik dari beberapa ahli sehingga dilakukan modifikasi terhadap keenam variabel tersebut pada tahun 2003 [12]. Sehingga saat ini model Delone and McLean memiliki enam variabel sebagai berikut [13].

1. Kualitas sistem (*system quality*)

Karakteristik yang diharapkan terhadap suatu sistem informasi. Indikator yang dapat menjadi penilaian tersebut yaitu kemudahan dalam mempelajari sistem, kemudahan dalam penggunaan, fleksibilitas, serta waktu yang diperlukan untuk sebuah respon.

2. Kualitas informasi (*information quality*)

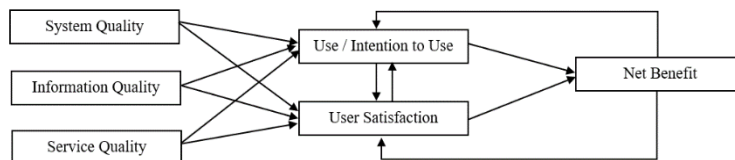
Penilaian untuk keluaran (*outputs*) yang diharapkan dari sebuah sistem informasi. Contohnya seperti akurasi, kelengkapan, kegunaan, serta seberapa mudah dipahami.

3. Kualitas layanan (*service quality*)

Kualitas layanan merujuk pada dukungan atau bantuan dari sistem yang diterima oleh pengguna. Indikator yang dapat menjadi penilaian pengguna yaitu tingkat responsif, keandalan, kompetensi teknis, serta empati.

4. Kepuasan pengguna (*user satisfaction*)
Kepuasan Pengguna merupakan umpan balik dari pengguna mengenai seberapa memuaskan sistem yang telah digunakan.
5. Manfaat bersih (*net benefit*)
Manfaat Bersih berkaitan dengan seberapa jauh sistem dapat berkontribusi terhadap pengguna. Contohnya seperti membantu mengambil keputusan, meningkatkan produktivitas, serta meningkatkan penjualan.
6. Pengguna (*use*)
Variabel ini berhubungan dengan pemanfaatan sistem oleh pengguna. contohnya seperti frekuensi penggunaan, jumlah penggunaan, tujuan penggunaan, serta kesesuaian penggunaan.

Hubungan dari keenam variabel tersebut dapat dilihat pada skema [14] yang terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema hubungan variabel model Delone dan McLean 2003

2.2.2 Aplikasi Media Sosial TikTok

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang didirikan oleh perusahaan ByteDance di mana penggunanya dapat menonton, mengunggah, mengunduh, serta membagikan video berdurasi pendek [15]. TikTok merupakan salah satu aplikasi dengan perkembangan tercepat di dunia dan kini telah mengungguli aplikasi YouTube pada App Store dalam kategori aplikasi video [16]. Laman “For You” pada aplikasi TikTok menjadi salah satu faktor penyebab perkembangan dari aplikasi ini. Laman tersebut akan menampilkan video mengikuti algoritma yang berasal dari tiga faktor yaitu interaksi pengguna (video yang dikomentari, dibagikan, maupun disukai), informasi video, serta pengaturan dari akun dan perangkat pengguna [17] sehingga video yang muncul pada laman “For You” akan sesuai dengan minat pengguna. Dengan peluang tersebut, banyak pengusaha yang mencoba untuk memperlihatkan atau memperkenalkan produk maupun jasa yang mereka punya sehingga para pengguna lainnya dapat mengetahui.

Pada awal tahun 2021, aplikasi TikTok meluncurkan fitur terbaru yaitu fitur TikTok Shop yang dapat membantu penggunanya dalam melakukan transaksi jual beli [18]. Fitur ini juga dilengkapi beberapa fitur pendukung seperti *live shop*, berbagai metode pembayaran, *customer rating*, dan fitur keranjang kuning untuk membantu pengguna membeli produk dengan lebih cepat.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Hipotesis

Skema model Delone dan McLean pada Gambar 1 merupakan dasar dari pembentukan hipotesis sehingga pada penelitian ini terdapat sembilan hipotesis sebagai berikut.

H1: Kualitas sistem memberi pengaruh signifikan dan positif pada penggunaan TikTok Shop.

H2: Kualitas sistem memberi pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan pengguna TikTok Shop.

H3: Kualitas informasi memberi pengaruh signifikan dan positif pada penggunaan TikTok Shop.

H4: Kualitas informasi memberi pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan pengguna TikTok Shop.

H5: Kualitas layanan memberi pengaruh signifikan dan positif pada penggunaan TikTok Shop.

H6: Kualitas layanan memberi pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan pengguna TikTok Shop.

H7: Penggunaan memberi pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan pengguna TikTok Shop.

H8: Penggunaan memberi pengaruh signifikan dan positif pada manfaat bersih TikTok Shop.

H9: Kepuasan pengguna memberi pengaruh signifikan dan positif pada manfaat bersih TikTok Shop.

3.2 Populasi dan Sampel

Sasaran responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa pada perguruan tinggi di Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian pada fitur TikTok Shop. Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan metode slovin dikarenakan jumlah populasi yang begitu besar dan metode slovin merupakan metode yang praktis namun tetap memperhatikan batas toleransi [19].

Menurut badan pusat statistik Kota Yogyakarta, banyaknya mahasiswa pada perguruan tinggi Yogyakarta pada tahun ajaran genap 2020 mencapai 73.481 [20]. Sehingga berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, jumlah sampel dengan toleransi sebesar 5% pada penelitian ini dapat dilihat pada persamaan (1).

$$n = \frac{73.481}{1+73.481(0.05)^2} \quad (1)$$

$$n = 398$$

3.3 Pengumpulan Data

Teknik *simple random sampling* digunakan dalam penelitian di mana seluruh anggota populasi berpeluang untuk menjadi salah satu responden. Pada proses pengumpulan data, responden akan diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan yang disediakan melalui Google Form. Pada penelitian ini, responden akan mengisi kuisisioner menggunakan skala likert satu (sangat tidak setuju) hingga lima (sangat setuju).

3.4 Metode Analisis

Setelah data kuisisioner didapatkan, maka dilakukan pembersihan data pada Ms. Excel. Hal ini dilakukan untuk mengeluarkan data responden yang tidak memenuhi syarat. Setelah itu dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis pada data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada SmartPLS 4. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai ketiga pengujian tersebut.

1. Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah responden memahami pertanyaan kuisisioner sama seperti peneliti memahami pertanyaan kuisisioner. Uji validitas ini diukur melalui nilai *factor loading*, nilai *Average Variance Extract* (AVE), nilai *Fornell-Larcker*, serta nilai *cross-loadings*. Data akan dinilai valid apabila nilai *factor loading* > 0.7 (bertujuan untuk mengukur apakah indikator mencerminkan variabel), dan AVE > 0.5 (mengukur besarnya variasi pada indikator pada variabel). Sedangkan pada nilai *Fornell-Larcker*, nilai korelasi pada variabel dengan variabel lainnya tidak boleh lebih besar dari nilai akar AVE (untuk menunjukkan apakah nilai *discriminant validity* terpenuhi) dan untuk nilai *cross-loadings*, nilai tiap indikator dari variabel laten lain tidak boleh lebih besar dari variabel latennya sendiri (untuk menunjukkan bahwa item memiliki fokus paling besar untuk menilai variabelnya sendiri).
2. Uji Reliabilitas. Pengujian ini diukur melalui nilai dari *composite reliability* serta nilai dari *cronbach's alpha*. Data akan dinilai reliabel apabila nilai dari *composite reliability* > 0.7

(bertujuan untuk menunjukkan apakah item bersifat reliabel terhadap variabelnya) dan nilai dari *cronbach's alpha* > 0.7 (bertujuan sebagai ukuran lain dari reliabilitas konsistensi internal yang diasumsikan sebagai batas).

- Uji Hipotesis. Pengujian ini bertujuan untuk menguji diterima atau tidaknya hipotesis yang telah dirancang sebelumnya. Pengujian ini akan melihat nilai P yang ada pada *path coefficients*. Hipotesis akan diterima apabila nilai $P < 0.05$, *original sample* bernilai positif, dan nilai *T statistic* > 1.96.

4. Hasil dan Diskusi

4.1 Uji Validitas

Pada aplikasi SmartPLS 4 dilakukan proses PLS-SEM yang akan menghasilkan uji validitas serta uji reliabilitas yang terdiri dari *factor loading*, AVE, *fornell larcker*, *cross-loadings*, *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*. Nilai *factor loading* yang terdapat pada Tabel 1, terlihat bahwa terdapat satu indikator yang tidak memenuhi standar sehingga indikator ini akan dikeluarkan.

Tabel 1. Factor loading tiap indikator

Variabel	Indikator	Nilai <i>factor loading</i>	Standar nilai <i>factor loading</i>	Status
<i>System quality</i>	SY1	0.820	0.7	Valid
	SY2	0.822		Valid
	SY3	0.860		Valid
	SY4	0.442		Tidak valid
	SY5	0.837		Valid
<i>Information quality</i>	IQ1	0.722		Valid
	IQ2	0.822		Valid
	IQ3	0.826		Valid
	IQ4	0.768		Valid
<i>Service quality</i>	SE1	0.876		Valid
	SE2	0.818	Valid	
	SE3	0.740	Valid	
<i>Use</i>	U1	0.939	Valid	
	U2	0.891	Valid	
<i>User satisfaction</i>	US1	0.905	Valid	
	US2	0.907	Valid	
<i>Net benefit</i>	NB	0.881	Valid	
	NB	0.897	Valid	

Setelah pengujian nilai *factor loading*, maka akan dilanjutkan dengan pengujian nilai *Average Variance Extract (AVE)* pada tiap variabel. Nilai AVE tiap variabel terdapat pada Tabel 2 dan dapat terlihat bahwa seluruh variabel untuk pengujian nilai AVE berstatus valid.

Tabel 2. Nilai AVE tiap variabel

Variabel	Nilai AVE	Standar nilai AVE	Status
<i>System quality</i>	0.704	0.5	Valid
<i>Information quality</i>	0.618		Valid
<i>Service quality</i>	0.661		Valid
<i>Use</i>	0.838		Valid
<i>User satisfaction</i>	0.821		Valid
<i>Net benefit</i>	0.790		Valid

Setelah pengujian nilai AVE, maka dapat dilanjutkan untuk pengujian *Fornell Larcker*. Pada Tabel 3 terlihat bahwa nilai korelasi pada variabel dengan variabel lainnya tidak lebih besar dari nilai korelasi dengan variabel sendiri (nilai dari akar AVE) sehingga seluruh variabel untuk pengujian nilai *Fornell-Larcker* dapat dikatakan valid.

Tabel 3. Nilai Fornell Larcker

	<i>Information Q.</i>	<i>Net benefit</i>	<i>Service Q.</i>	<i>System Q.</i>	<i>Use</i>	<i>User satisfaction</i>
<i>Information quality</i>	0.786					
<i>Net benefit</i>	0.150	0.889				
<i>Service quality</i>	0.518	0.136	0.813			
<i>System quality</i>	0.538	0.082	0.652	0.839		
<i>Use</i>	0.370	0.177	0.390	0.325	0.915	
<i>User satisfaction</i>	0.612	0.156	0.574	0.773	0.545	0.906
Status	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Setelah pengujian nilai *Fornell-Larcker* dilakukan, dapat dilanjutkan untuk pengujian *cross-loadings*. Pada Tabel 4 terlihat bahwa nilai tiap indikator dari variabel laten lain tidak lebih besar dari variabel latennya sendiri sehingga seluruh indikator untuk pengujian nilai *cross-loadings* dapat dikatakan valid.

Tabel 4. Nilai cross-loadings

	<i>Information quality</i>	<i>Net benefit</i>	<i>Service quality</i>	<i>System quality</i>	<i>Use</i>	<i>User satisfaction</i>
IQ1	0.722	0.063	0.543	0.629	0.085	0.534
IQ2	0.822	0.112	0.426	0.396	0.313	0.394
IQ3	0.826	0.136	0.357	0.342	0.419	0.575
IQ4	0.768	0.153	0.327	0.362	0.298	0.384
NB1	0.130	0.881	0.144	0.084	0.146	0.143
NB2	0.136	0.897	0.100	0.063	0.169	0.134
SE1	0.575	0.135	0.876	0.561	0.433	0.503
SE2	0.273	0.093	0.818	0.379	0.336	0.381
SE3	0.375	0.097	0.740	0.648	0.155	0.512
SY1	0.396	0.059	0.612	0.833	0.285	0.647
SY2	0.456	0.022	0.435	0.827	0.211	0.604
SY3	0.449	0.058	0.562	0.855	0.233	0.566
SY5	0.498	0.122	0.567	0.840	0.338	0.746
U1	0.318	0.197	0.436	0.322	0.939	0.563
U2	0.368	0.118	0.257	0.267	0.891	0.418
US1	0.368	0.138	0.597	0.704	0.445	0.904
US2	0.595	0.144	0.445	0.697	0.541	0.908

4.2 Uji Reliabilitas

Setelah seluruh uji validitas dilakukan, maka dapat dilanjutkan untuk uji reliabilitas. Uji reliabilitas mencakup *composite reliability* serta *cronbach's alpha*. Hasil dari pengujian ini terdapat pada Tabel 5 dan Tabel 6 dan dapat terlihat bahwa seluruh variabel berstatus reliabel.

Tabel 5. Nilai composite reliability

Variabel	<i>Composite reliability</i>	Standar nilai <i>composite reliability</i>	Status
<i>System quality</i>	0.905	0.7	Reliabel
<i>Information quality</i>	0.866		Reliabel
<i>Service quality</i>	0.854		Reliabel
<i>Use</i>	0.912		Reliabel
<i>User satisfaction</i>	0.902		Reliabel
<i>Net benefit</i>	0.883		Reliabel

Tabel 6. Nilai cronbach's alpha

Variabel	Nilai <i>cronbach's alpha</i>	Standar nilai <i>cronbach's alpha</i>	Status
<i>System quality</i>	0.743	0.7	Reliabel
<i>Information quality</i>	0.795		Reliabel
<i>Service quality</i>	0.743		Reliabel
<i>Use</i>	0.810		Reliabel
<i>User satisfaction</i>	0.782		Reliabel
<i>Net benefit</i>	0.735		Reliabel

4.3 Uji Hipotesis

Setelah uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan, maka dapat dilanjutkan untuk uji hipotesis. Uji hipotesis diperoleh melalui proses *bootstrapping* pada SmartPLS 4 dan menghasilkan nilai *path coefficients* yang dapat dilihat pada Tabel 7. Hipotesis akan diterima apabila *original sample* bernilai positif, *T statistic* > 1.96, dan *P Values* < 0.05.

Tabel 7. Nilai *path coefficients*

Hipotesis	<i>Original sample</i>	<i>T statistic</i>	<i>P values</i>	Hasil hipotesis
<i>System quality</i> → <i>Use</i> (H1)	0.047	0.459	0.646	Ditolak
<i>System quality</i> → <i>User satisfaction</i> (H2)	0.588	9.946	0.000	Diterima
<i>Information quality</i> → <i>Use</i> (H3)	0.217	3.054	0.002	Diterima
<i>Information quality</i> → <i>User satisfaction</i> (H4)	0.202	6.242	0.000	Diterima
<i>Service quality</i> → <i>Use</i> (H5)	0.248	3.622	0.000	Diterima
<i>Service quality</i> → <i>User satisfaction</i> (H6)	-0.026	0.596	0.551	Ditolak
<i>Use</i> → <i>User satisfaction</i> (H7)	0.289	8.030	0.000	Diterima
<i>Use</i> → <i>Net benefit</i> (H8)	0.131	2.076	0.038	Diterima
<i>User satisfaction</i> → <i>Net benefit</i> (H9)	0.084	1.361	0.173	Ditolak

Pada Tabel 7 terlihat bahwa tiga dari sembilan hipotesis ditolak, dan enam lainnya diterima. Ketiga hipotesis yang ditolak merupakan Kualitas sistem memberi pengaruh signifikan dan positif pada penggunaan Tiktok Shop (H1), Kualitas layanan memberi pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan pengguna Tiktok Shop (H6), dan Kepuasan pengguna memberi pengaruh signifikan dan positif pada manfaat bersih Tiktok Shop (H9).

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa besarnya penggunaan pada fitur Tiktok Shop pada aplikasi media sosial Tiktok dipengaruhi oleh kualitas informasi serta kualitas layanan. Selain itu, besarnya kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas sistem, kualitas informasi, serta besarnya penggunaan. Terakhir, besarnya manfaat bersih yang dirasakan oleh pengguna dipengaruhi oleh banyaknya penggunaan. Sehingga dalam meningkatkan besarnya penggunaan, fitur Tiktok Shop harus meningkatkan kualitas informasi serta kualitas layanan. Dalam meningkatkan kepuasan pengguna, fitur Tiktok Shop harus meningkatkan kualitas sistem, kualitas informasi, serta penggunaan. Dan dalam meningkatkan manfaat bersih yang dirasakan oleh pengguna, fitur Tiktok Shop harus meningkatkan besarnya penggunaan.

5.2 Saran

Berikut beberapa masukan yang dapat diterapkan untuk penelitian berikutnya.

1. Penelitian berikutnya dapat menggabungkan model Delone dan McLean dengan model pengukuran faktor kesuksesan lainnya.
2. Populasi yang digunakan dapat diperbesar sehingga karakteristik masyarakat yang dijadikan sampel lebih beragam.

Referensi

- [1] R. Oktora, A. Syakilah, A. L. Kusumatriana, E. Fernando, A. N. Hasyiyati, V. C. Wulandari, & T. Sutarsih, (2022). Statistik E-Commerce 2022.
- [2] B. Winarso, "Apa Itu Tiktok?," Jun. 08, 2021. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok> (accessed Oct. 10, 2022).
- [3] L. Ceci, "Number of Tiktok users worldwide from 2020 to 2025," Sep. 05, 2022. [https://www.statista.com/statistics/1327116/number-of-global-tiktok-users/#:~:text=TikTok%3A%20number%20of%20global%20users%202020%2D2025&text=In%](https://www.statista.com/statistics/1327116/number-of-global-tiktok-users/#:~:text=TikTok%3A%20number%20of%20global%20users%202020%2D2025&text=In%20)

- 202021%2C%20TikTok%20had%20approximately,amassing%20over%20318%20million%20downloads. (accessed Oct. 11, 2022).
- [4] A. P. Kinanti, "TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu?," 2021. <https://campusdigital.id/artikel/tiktok-luncurkan-tiktok-shop-apa-sih-itu-?ref=farisfanani> (accessed Oct. 11, 2022).
- [5] R. Kasdim, W. Puspitasari, and L. Septiningrum, "Evaluasi Kesuksesan Implementasi E-Recruitment Dalam Proses Penerimaan Karyawan Menggunakan Metode Delone Dan Mclean Di Pt Kereta Api Indonesia (PERSERO)," *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 7, Dec. 2022.
- [6] L. H. Trihandayani, I. Aknuranda, and Y. T. Mursityo, "Penerapan Model Kesuksesan Delone dan Mclean pada Website Fakultas Ilmu Komputer (FILKOM) Universitas Brawijaya," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, Dec. 2018.
- [7] S. Hidayatullah, U. Khourouh, I. Windhyastiti, R. G. Patalo, and A. Waris, "Implementasi Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone And McLean Terhadap Sistem Pembelajaran Berbasis Aplikasi Zoom Di Saat Pandemi Covid-19," *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, vol. 6, Apr. 2020.
- [8] I. Ramos, L. N. Yuliaty, and M. Simanjuntak, "The Success Of Online Passport Queue Registration Applications Using Delone And Mclean Models," *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, vol. 8, Jan. 2022.
- [9] A. Mubarak, N. T. Aprilia, S. Susanti, B. Sukajie, and C. M. Noor, "Analisis Kepuasan Pengguna Layanan Google-Forms Sebagai Media Survey Online Menggunakan Delone & Mclean," *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 7, Sep. 2020.
- [10] L. O. Babatope, R. Boateng, S. L. Boateng, and T. Anning-Dorson, Eds., *Digital Innovations, Business and Society in Africa: New Frontiers and a Shared Strategic Vision*. Springer International Publishing, 2022.
- [11] S. Halder and S. Saha, *The Routledge Handbook of Education Technology*. Taylor & Francis, 2022.
- [12] Y. Akgul, Ed., *Structural Equation Modeling Approaches to E-Service Adoption*. IGI Gloal, 2019.
- [13] F. G. Maiztegui, *Design and Evaluation of an E-Learning Artefact for the Implementation of SAP S/4HANA*. Springer Gabler, 2023.
- [14] Y. Akgul, Ed., *Structural Equation Modeling Approaches to E-Service Adoption*. IGI Global, 2019.
- [15] R. Wahid, H. Karjaluo, K. Taiminen, and D. I. Asiati, "Becoming TikTok Famous: Strategies for Global Brands to Engage Consumers in an Emerging Market," *Journal of International Marketing*, vol. 31, no. 1, Mar. 2023.
- [16] Y. Zhu, "Research on the ByteDance's Approach to Develop TikTok," *Atlantis Press*, Dec. 2022.
- [17] R. Rachmadayanti, F. Andini, V. V. Susilo, and W. S. Syahroni, "Dampak Algoritma Tiktok Terhadap Konsumsi Musik," *Prosiding Seri Seminar Nasional*, Dec. 2021.
- [18] R. A. Sulistianti and N. Sugiarta, "Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, vol. 1, Jan. 2022.
- [19] A. Mardiasuti, "Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal," *Detik*, Aug. 25, 2022. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal#:~:text=Rumus%20Slovin%20merupakan%20metode%20praktis,batas%20toleransi%20kesalahan%20yang%20ditetapkan.> (accessed Mar. 31, 2023).
- [20] Tim BPS Kota Yogyakarta. "Kota Yogyakarta dalam Angka," *Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta*, Feb. 25, 2022. <https://jogjakota.bps.go.id/publication/2022/02/25/8771c64c1a932bd8dc54877c/kota-yogyakarta-dalam-angka-2022.html> (accessed Apr. 04, 2023).