

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Usability

Usability menurut (ISO, 1998) adalah sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai target tertentu dengan efektivitas, efisiensi dan kepuasan penggunaan dalam konteks tertentu. Menurut (Nielsen, 2012) terdapat lima komponen penilaian Nielsen yang harus dipenuhi oleh suatu website untuk dapat mencapai tingkat usability yang baik, yaitu :

1. *Learnability*, kemudahan pengguna saat pertama kali dalam menggunakan aplikasi.
2. *Efficiency*, seberapa cepat tujuan yang dapat dicapai oleh pengguna.
3. *Memorability*, seberapa mudah suatu aplikasi dapat digunakan kembali saat pengguna sudah lama tidak menggunakan aplikasi.
4. *Errors*, pengguna melakukan kesalahan dalam menggunakan aplikasi.
5. *Satisfaction*, seberapa puas pengguna menggunakan aplikasi.

2.2 Marketplace

Rahmadi mengatakan *marketplace* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. Suatu *marketplace* merepresentasikan suatu struktur sosial, konsep ekonomi pasar, dan penggunaan teknologi. *Marketplace* dapat memberikan peluang untuk melakukan bisnis dan melaksanakan transaksi

melalui saluran elektronik, biasanya pada platform yang berbasis internet (Alfiah & Damayanti, 2020).

Marketplace merupakan sebuah tempat yang disediakan oleh pihak ketiga dimana banyak toko yang dapat berjualan disana seperti departemen Store hanya saja dilakukan secara online. Contoh *Marketplace* adalah Lazada, Tokopedia, Shopee, Tiktok Shop dan lain-lain (Setiawan et al., 2018). Ridhoni menjelaskan *marketplace* merupakan sebuah tempat yang disediakan oleh pihak ketiga untuk bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli yang dilakukan secara online melalui internet. *Marketplace* juga tidak hanya menjual dari 1 toko saja melainkan penggabungan dari banyaknya toko yang berkumpul disatu tempat (situs internet). Selain menjual barang di *marketplace* juga dapat menjual jasa (Ridwan & Fitri, 2021).

2.2.1 Shopee

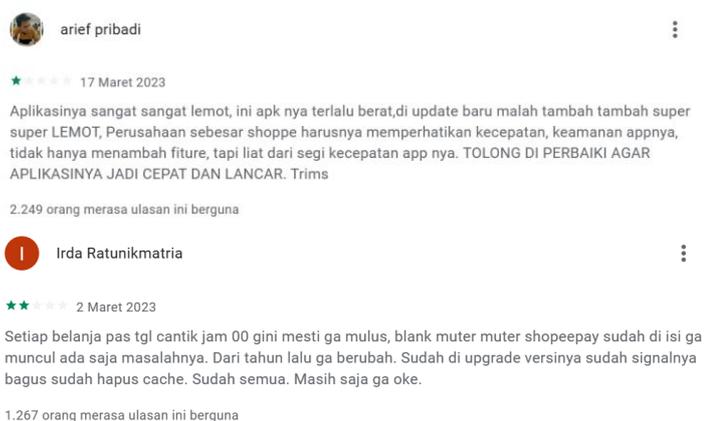
Shopee didirikan oleh Chris Feng, asal Singapura, merupakan anak perusahaan SEA Group yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 serentak di 7 negara, yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina dan Indonesia (Shopee, 2023). Berdasarkan hasil wawancara Jawa Pos dengan CEO Shopee, Chris Feng mengatakan bahwa *e-commerce* asal Singapura ini masuk ke Indonesia pada bulan November 2015, dengan alasan Indonesia memiliki potensi menjadi market terbesar Shopee (JawaPos, 2017). Shopee pertama kali dimulai sebagai pasar Customer to Customer (C2C) tetapi telah beralih ke model hibrid C2C dan Business to Customer (B2C) (Priambada, 2015).

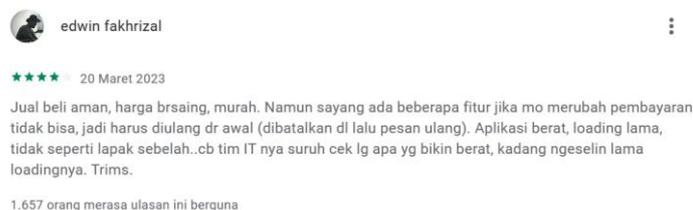
Aplikasi Shopee telah diunduh sebanyak 100 juta kali di Google play store, shopee menempati urutan pertama aplikasi terpopuler di Indonesia dalam kategori *Shopping*, untuk pengguna aktif yaitu 24.66 juta per tanggal 23 April 2023 (Similarweb, 2023a) bisa dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Pengguna Aktif Aplikasi Shopee (Similarweb, 2023a)

Meskipun menempati urutan pertama dalam kategori *Shopping* masih terdapat ulasan-ulasan dari pengguna aplikasi *Shopee* yang mengungungkan kekurangan aplikasi seperti pada Gambar 2.2.





Gambar 2.2 Ulasan Mengenai Pelayanan pada Aplikasi Shopee
(Ulasan Shopee Google Play Store, 2023)

2.2.2 Tiktok

Tik Tok merupakan aplikasi asal China yang baru diluncurkan dan masuk di Indonesia pada akhir tahun 2017. Menurut Viv Gong, Head of Marketing Tik Tok mengatakan, Indonesia mendapatkan peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet, sehingga hal tersebut yang mendasari aplikasi Tik Tok masuk ke Indonesia (Aroffi, 2019).

TikTok telah mengembangkan bisnisnya menuju *e-commerce* dengan merilis fitur TikTok Shop di Indonesia pada April 2021 lalu. Sesuai namanya, TikTok Shop adalah fitur belanja online yang memungkinkan pengguna melakukan jual beli barang secara langsung di aplikasi. Melalui TikTok Shop, pengguna bisa langsung berbelanja tanpa harus beralih ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan (Berita Update, 2021).

Aplikasi Tiktok telah diunduh sebanyak 500 juta kali di Google play store, Tiktok menempati urutan pertama aplikasi terpopuler di Indonesia dalam kategori Pemutar dan Edit Video dalam sub kategori *Populer*, dengan pengguna aktif 367,44 ribu per tanggal 23 April 2023 (Similarweb, 2023b) bisa dilihat pada Gambar 2.3.

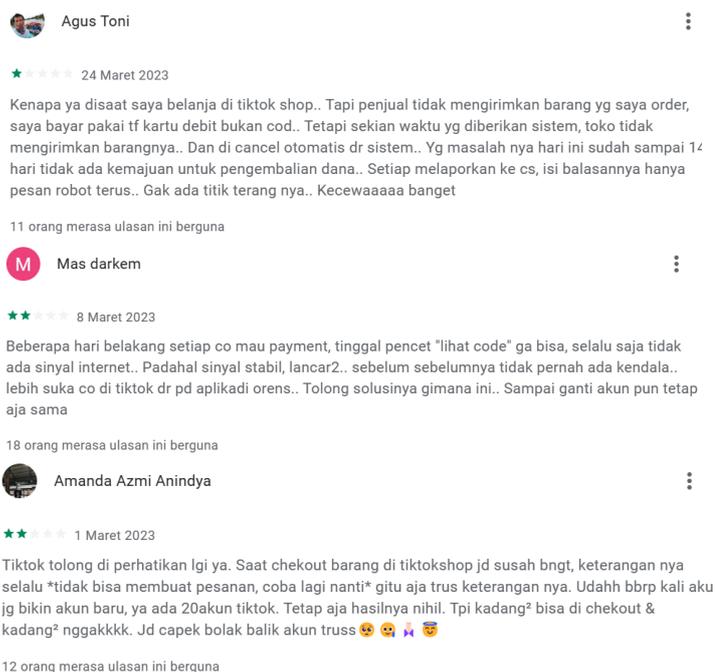
Daily Active Users ⓘ

Apr 2023 🇮🇩 Indonesia



Gambar 2.3 Pengguna Aktif Aplikasi Tiktok (Similarweb, 2023b).

Sayangnya masih terdapat ulasan-ulasan pengguna yang mengungkapkan kekurangan dari aplikasi Tiktok Shop seperti pada Gambar 2.4.



Gambar 2. 4 Ulasan Mengenai Pelayanan pada Tiktok Shop

(Ulasan Tiktok Shop Google Play Store, 2023)

2.3 Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang pertama kali dikemukakan oleh Martilla dan James tahun 1997 dalam artikel yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Menurut Martilla dan James, dalam teknik IPA responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (*perceived performance*) pada masing-masing atribut (Tjiptono & Chandra, 2016).

Hasil dari analisis IPA digambarkan dalam bentuk diagram kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran. Masing-masing kuadran dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus terhadap sumbu (x,y), dimana sumbu x merupakan skor kinerja (*performance*) dan sumbu y merupakan skor kepentingan (*importance*) (Martantiani, 2019). Bentuk kuadran kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.6.



Gambar 2. 5 Diagram Kartesius (Algifari, 2016)

Berdasarkan Gambar 2.5 menjelaskan mengenai masing-masing kuadran :

- Kuadran I (Prioritas utama) dimensi pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan, tetapi perusahaan memberikan

pelayanan dengan kualitas yang buruk, sehingga dimensi pelayanan ini prioritas yang perlu diperbaiki.

- b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) dimensi pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan dan perusahaan telah memberikan kualitas baik sehingga dimensi pelayanan ini harus di pertahankan.
- c. Kuadran III (Prioritas Rendah) dimensi pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan, tetapi perusahaan memberikan pelayanan dengan kualitas rendah, sehingga dimensi pelayanan ini menjadi prioritas rendah.
- d. Kuadran IV (Berlebihan) dimensi pelayanan yang dianggap tidak penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan, tetapi perusahaan atau penyelenggara pelayanan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik, sehingga dimensi pelayanan ini menjadi berlebihan.

2.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian merupakan kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2012).

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pertanyaan yaitu : pertanyaan positif dan negatif.

Pertanyaan positif diberi skor 5,4,3,2 dan 1; sedangkan pertanyaan negatif setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Syofian, 2018).

Teknik pengukuran kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan skala likert, tingkat penilaiannya dengan skala 1 (sangat tidak setuju) – 5 (sangat setuju). Kuesioner disebarakan melalui bantuan google form.

Tabel 2.1 Skala Likert

Skor	Keterangan	
	Kuisisioner Kinerja	Kuisisioner Kepentingan
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Setuju	Tidak Penting
3	Ragu-Ragu	Cukup Penting
4	Setuju	Penting
5	Sangat Setuju	Sangat Penting

Pada tabel 2.1 dijelaskan mengenai nilai skor atau nilai skala likert yang digunakan.

2.5 Populasi dan Teknik Sampling

Margono mengatakan populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia (Nurrahmah Arfatin, 2021), objek penelitian dalam populasi dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lainnya.

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul respesentatif atau mewakili populasi yang diteliti.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling secara garis besar terdiri dari dua macam yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

2.5.1 *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Untuk menentukan ukuran sampel pada *probability* dapat menggunakan rumus slovin dengan rumus 2.1.

$$S = \frac{N}{N \cdot d^{2+1}} \quad (2.1)$$

Keterangan :

S = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Galat Pendugaan

(Catatan : umumnya digunakan 1% atau 0,01%, 5% atau 0,05% dan 10% atau 0,1% dapat dipilih oleh peneliti) (Algifari, 2016).

1. *Simple Random Sampling*

Simple Random Sampling adalah metode pengambilan sampel yang simple (sederhana) sebab pengambilan sampel dari suatu populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2001).

2. *Stratified Random Sampling*

Stratified Random Sampling merupakan proses pengambilan sampel melalui cara pembagian populasi ke dalam strata, memilih sampel acak setiap stratum, dan menggabungkannya untuk menaksir parameter populasi

2.5.2 Nonprobability Sampling

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

1. Systematic Sampling

Teknik *systematic sampling* adalah teknik sampling di mana sampel ditentukan berdasarkan urutan yang diatur secara sistematis, misalnya sampel yang diambil adalah yang mempunyai nomor dengan satuan 1 (satu) : 1, 11,21, 31, 41 dan sebagainya (Susanti, 2019).

2. Quota Sampling

Teknik *quota sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sejumlah kuota sampel dari populasi dan menghentikan pengambilan setelah kuota terpenuhi (Susanti, 2019).

2.6 Uji Instrumen

Dalam uji instrumen ini ada dua jenis uji yang digunakan, yaitu uji validitas dan uji releabilitas.

2.6.1 Uji Validitas

Menurut (Rumengan, 2013), validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas pada saat instrumen ukur dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai skor pada suatu item dengan total skor pada seluruh item yang ada. Perhitungan korelasi untuk mendapatkan nilai r dapat dilihat pada persamaan 2.2

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (2.2)$$

Keterangan :

r = nilai korelasi

N = banyak sampel

X = Skor yang diperoleh subyek dari setiap item

Y = Skor total yang diperoleh dari setiap item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

Menurut (Sugiyono, 2014), uji validitas memiliki nilai r untuk dasar pengambilan keputusan untuk di bandingkan dengan tabel r sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung > nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan valid
- b. Jika nilai r hitung < nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid

Nilai r tabel ditentukan berdasarkan angka derajat kebebasan. Angka derajat kebebasan ditentukan dari banyaknya sampel di kurangi dengan banyaknya kendali

bebas atau pembatasan yang diletakkan atas pengamatan. Angka derajat kebebasan didapatkan dari jumlah responden dikurangi 2 ($df = N - 2$).

2.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah serangkaian pengukuran yang memiliki konsistensi walaupun digunakan secara berulang ulang (Sugiyono, 2014). Jadi uji reabilitas digunakan untuk menguji instrumen apakah tetap konsisten jika digunakan secara berkali kali. Uji reabilitas dilakukan jika instrumen telah dinyatakan valid. Berikut adalah rumus untuk menghitung nilai Alpha Cronbach's pada Persamaan 2.3.

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (2.3)$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Dengan menggunakan analisis *alpha cronbach* suatu alat ukur dikatakan reliabel ketika memenuhi batas minimum skor *alpha croncah* 0,6. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli realibilitas uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner dengan indikator dari variabel atau konstrak.

2.7 Penelitian Terkait

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan informasi dan laporan dengan penelitian sejenis untuk dijadikan acuan dari studi literatur. Tabel 2.2 merupakan beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan dan dijadikan studi literatur :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Pembahasan	Hasil Penelitian
1	(Dewi et al., 2018)	Analisis <i>Usability</i> Aplikasi Mobile Pemesanan Layanan Taksi Perdana Menggunakan Metode <i>Webuse</i> dan <i>Heuristic Evaluation</i>	<i>Webuse</i> dan <i>Heuristic Evaluation</i>	Mengetahui level <i>usability</i> kedua antarmuka aplikasi apakah sudah memiliki level yang baik, menggali masalah <i>usability</i> yang ada, mendapatkan evaluasi masalah <i>usability</i> , dan menghasilkan rekomendasi perbaikan masalah <i>usability</i> yang ditemukan untuk meningkatkan level <i>usability</i> .	Hasil pengujian <i>usability</i> pertama memberikan beberapa masukan yang penting mengenai tingkat efisiensi, efektivitas dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi, masukan ini digunakan sebagai panduan untuk perbaikan aplikasi. Setelah dilakukan perbaikan, dilakukan kembali pengujian <i>usability</i> yang ke-2.
2	(Pawestri et al., 2019)	Evaluasi <i>Usability</i> Aplikasi Mobile menggunakan <i>Usability Testing</i> dan <i>System Usability Scale (SUS)</i> (Studi Kasus: SOCO, Althea dan Sephora)	<i>Usability Testing</i> dan <i>System Usability Scale (SUS)</i>	Mengukur dan membandingkan <i>usability</i> terkait kemudahan penggunaan aplikasi dengan kriteria responden yang ditentukan seperti novice, wanita, dan berusia 19-25 tahun.	Aplikasi Althea mendapatkan nilai yang lebih unggul dibandingkan aplikasi SOCO dan Sephora pada seluruh proses pengujian karena responden dapat menyelesaikan seluruh tugas dengan rata-rata kesalahan yang rendah, waktu penyelesaian yang lebih sedikit dan jumlah klik untuk menyelesaikan tugas yang lebih sedikit. Serta mendapat nilai SUS yang paling tinggi yaitu 68,21.
3	(Kasih Arnanda &	Analisis <i>Usability</i> Nagari Mobile Banking Menggunakan Metode	<i>Usability Testing</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat <i>usability</i> dari aplikasi Nagari Mobile Banking.	Variabel <i>Usefulness</i> memberikan kontribusi yang signifikan terhadap <i>Usability</i> Nagari Mobile Banking sebesar 6,15%, variabel <i>Ease of Use</i> memberikan

	Delianti Vera Irma, 2020)	<i>Usability Testing</i> dengan <i>Use Questionnaire</i>	dengan <i>Use Questionnaire</i>	Dengan menggunakan metode <i>Usability Testing</i> dengan <i>USE Questionnaire</i> . Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai data primer serta jurnal ilmiah, buku referensi sebagai data sekundernya.	kontribusi terhadap <i>usability</i> Nagari Mobile Banking sebesar 24,3%, variabel <i>Ease of Learning</i> memberikan kontribusi terhadap <i>Usability</i> Nagari Mobile Banking sebesar 5,52%, variabel <i>Satisfaction</i> memberikan kontribusi terhadap <i>Usability</i> Nagari Mobile Banking sebesar 15,36%.
4	(Fauzi et al., 2019)	Analisis <i>Usability</i> Aplikasi Perangkat Bergerak Jual Beli Online dengan Model <i>People At The Center of Mobile Application Development</i> (PACMAD) (Studi Kasus : Tokopedia, Bukalapak dan Shopee)	PACMAD dan <i>System Usability Scale</i> (SUS)	Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengguna aplikasi memilih aplikasi berdasarkan <i>usability</i> atau faktor lain. <i>People At The Center of Mobile Application Development</i> (PACMAD) <i>usability</i> model mengidentifikasi 7 atribut yang mencerminkan kegunaan aplikasi : <i>effectiveness, efficiency, satisfaction, learnability, memorability, errors dan cognitive load.</i>	Berdasarkan hasil pengujian Shopee memiliki nilai kepuasan tertinggi dengan nilai 73,75, tidak sebanding dengan capaian nilai <i>usability</i> yang cenderung menunjukkan nilai terendah dibandingkan Bukalapak dan Tokopedia. Sebaliknya, Bukalapak memiliki capaian yang cenderung baik pada <i>usability</i> memiliki nilai kepuasan yang masih tertinggal dibanding Shopee yaitu 67,92. Tokopedia menjadi aplikasi dengan capaian <i>usability</i> yang terbilang lebih baik ketimbang Shopee, namun memiliki nilai kepuasan terendah dibanding Shopee dan Bukalapak. Dengan demikian pengguna aplikasi <i>e-commerce</i> pada perangkat bergerak memiliki kriteria selain <i>usability</i> dan kenyamanan dalam pemilihan aplikasi yang digunakan.
5	(Aditya Febrianti et al., 2019)	Evaluasi <i>Usability</i> Web UnPin dengan Menggunakan Metode <i>Usability Testing</i>	<i>Usability Testing</i>	Evaluasi <i>usability</i> pada web UnPin sehingga dapat mengetahui bagaimana tingkat <i>usability</i> digunakan untuk memperbaiki web UnPin dengan lima komponen HCI menurut Jacob Nielsen pada web UnPin.	Evaluasi <i>usability</i> dilakukan pada situs website UnPin menggunakan metode kuesioner NAU dan wawancara. Kuesioner NAU terdiri dari 18 butir pernyataan. Dari hasil penelitian menggunakan kuesioner dan wawancara didapatkan masukan dari 20 responden. Analisis terhadap data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner didapatkan data pada masing-masing aspek.
6	(Martantiani, 2019)	Analisis Kualitas Layanan Aplikasi	<i>Mobile Service</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan	Hasil dengan menggunakan analisis gap M-S Qual secara keseluruhan kualitas layanan aplikasi shopee

		Mobile-Commerce Shopee Menggunakan <i>Mobile Service Quality dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	<i>Quality dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	pengguna aplikasi Shopee dari segi tingkat pelayanan aplikasi. Dimana dari segi kegagalan transaksi, pengiriman barang, dan responsivitas yang menjadi kendala pengguna.	telah memiliki kinerja yang cukup baik, namun belum memenuhi harapan yang di inginkan oleh pengguna. Sedangkan hasil analisis dengan menggunakan metode <i>Importance Performance Analysis</i> terdapat atribut yang berada pada kuadran I (<i>high inportance dan low performance</i>) yaitu penanganan kegagalan transaksi, sehingga permasalahan ini menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan kedepannya.
7	(Sundari & Hadisaputro, 2022)	Implementasi <i>Sevqual dan Importance Performance Analysis (IPA)</i> Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee Indonesia.	<i>Sevqual dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dalam mengukur kualitas produk dan jasa model yang didasarkan dari apabila kinerja suatu atribut meningkat lebih besar dari harapan pelanggan maka persepsi terhadap kualitas jasa yang diberikan positif dan sebaliknya.	Hasil dengan menggunakan metode <i>Service quality dan Important Performance Analysis (IPA)</i> mendapatkan hasil perhitungan Gap bernilai negatif yaitu -3,07. Hal ini menunjukkan bahwa layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, masih ada pelayanan yang masih dirasakan tidak puas oleh pelanggan, khususnya pada dimensi daya tanggap (<i>responsiveness</i>) dan jaminan (<i>assurance</i>) yang memiliki nilai gap terbesar. Sedangkan dari hasil perhitungan <i>Important Performance Analysis (IPA)</i> untuk tingkat kesesuaian untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan secara keseluruhan masih berada dibawah 100%.
8	(Immanuel Gracecilla Aprillia & Setiawan Rudy, 2020)	Implementasi Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> Untuk Pengukuran Kualitas Sistem Informasi Akademik	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Untuk mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan fitur layanan sistem informasi menurut <i>user</i> dengan tingkat kinerja yang ada pada sistem. Dari hasil penelitian ini diperoleh prioritas perbaikan layanan fitur yang di inginkan oleh <i>user</i> .	Langkah-langkah perhitungan dengan metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , yaitu mrnghitung total nilai skor X (kinerja) dan Y (kepentingan) dari masing-masing instrumen kuesioner, setelah ditemukan total skor maka dilakukan perhitungan nilai X dan Y dari masing-masing instrumen, dengan menggunakan rumus untuk menghitung rata-rata, maka diperoleh titik

					koordinat (X,Y) dari masing-masing pernyataan dalam kuesioner.
9	(Galuh Sembodo et al., 2021)	Evaluasi <i>Usability</i> Website Shopee Menggunakan <i>System Usability Scale</i> (SUS).	<i>System Usability Scale</i> (SUS)	Untuk mengetahui seberapa mudah website shopee digunakan oleh pengguna. Dengan dilakukannya evaluasi penilaian pada website shopee menggunakan metode <i>System Usability Scale</i> (SUS), dimana hasil dari penelitian ini dapat menjadi perbaikan untuk website shopee kedepannya.	Hasil berdasarkan pengujian data yang sudah diolah didapatkan nilai rata-rata <i>usability</i> website shopee memperoleh skor 67,0833 menunjukkan bahwa website shopee memiliki tingkat <i>usability</i> pada fitur pembelian produk sudah dalam kategori OK. Pada uji normalitas data yang didapat telah berdistribusi normal, sedangkan pada uji <i>One sample T-Test</i> menunjukkan bahwa angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka hipotesis penelitian diperoleh adalah H0 diterima oleh karena itu H1 ditolak dimana dapat dideskripsikan bahwa rata-rata nilai <i>usability</i> website Shopee tidak sama dengan 68 atau lebih kecil dari 68.
10	(Oktariana Nurazizah & Astriratma, 2021)	Analisis Pengukuran <i>Usability</i> Menggunakan Metode <i>Use Questionnaire</i> Pada Aplikasi Shopee Indonesia	<i>Use Questionnaire</i>	Mengetahui tingkat kepuasan pengguna pada <i>usability</i> shopee dimana aplikasi shopee dibandingkan dengan aplikasi <i>m-commerce</i> lainnya masih sangat kecil dari segi nilai <i>usability</i> -nya.	Seluruh variabel bebas metode <i>USE Questionnaire</i> berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan pengguna (<i>User Satisfaction</i>), apabila variabel bebas metode <i>USE Questionnaire</i> ditingkatkan maka akan meningkat juga kepuasan pengguna terhadap aplikasi Shopee. Semakin besar kepuasan pengguna pada aplikasi maka tingkat kebergunaan (<i>Usability</i>) aplikasi juga akan meningkat.
11	(Murti, 2020)	Analisis <i>Usability Testing</i> Pada Aplikasi Transportasi Online Untuk Mengukur Kepuasan Pengguna	<i>Usability Testing</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi pada <i>usability</i> aplikasi transportasi online dengan membandingkan tiga aplikasi transportasi online di jabodetabek	Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dimana di dapatkan 96 orang responden, dengan pengujian menggunakan tiga aplikasi transportasi online, dimana masing-masing tiap pengguna aplikasi transportasi digunakan 32 responden di wilayah jabodetabek, dengan menggunakan kategori usia dan latar belakang

					pekerjaan untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi transportasi yang digunakan. Komponen <i>usability</i> yang diuji pada penelitian ini yaitu dari segi kemudahan, efisiensi, mudah diingat, kesalahan dan kepuasan. Lalu dilakukan pengujian <i>Independent sample test</i> per dua aplikasi.
12	(Putra & Tanamal, 2020)	Analisis <i>Usability</i> Menggunakan Metode <i>USE Questionnaire</i> Pada Website Ciputra Enterprise System	<i>USE Questionnaire</i>	System merupakan sistem baru yang dibuat oleh Ciputra. Namun karena website ini masih baru sehingga masih banyak kekurangan yang dimiliki dari segi kemudahan yang dirasakan pengguna dan efisiensi melalui pengalaman pengguna. Maka dari itu dilakukan penelitian supaya mengetahui Apakah variabel <i>Usefulness</i> , <i>Ease of Use</i> , <i>Ease of Learning</i> berpengaruh pada variabel <i>User Satisfaction</i> secara signifikan.	Hasil penelitian pada variabel <i>Usefulness</i> memiliki pengaruh secara parsial, melihat nilai yang dihasilkan dari variabel <i>Usefulness</i> pada Uji t yaitu 3,006. Pada variabel <i>Ease of Use</i> memiliki pengaruh secara parsial, secara signifikan dan juga memiliki arah positif dengan nilai yang dihasilkan pada Uji t yaitu 3,569. Pada variabel <i>Ease of Learning</i> memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap <i>User Satisfaction</i> memiliki nilai pada uji t 4,216 memiliki pengaruh paling besar dibanding variabel yang lain. Hasil dari seluruh variabel independen yaitu <i>Usefulness</i> , <i>Ease of Use</i> , dan <i>Ease of Learning</i> secara bersama-sama memiliki pengaruh secara stimultan pada website CES. Nilai pada f hitung 115,743 lebih besar daripada f tabel yaitu 2,30 dengan signifikansi 0,00. Variabel independen dari <i>USE Questionnaire</i> memiliki nilai koefisien determinasi yaitu 0,775 artinya seluruh dimensi pada variabel independen memiliki pengaruh pada <i>User Satisfaction</i> sebesar 77,5%. Maka dari itu semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap <i>user satisfaction</i> .
13	(Hadi et al., 2018)	Analisis Dan Perbaikan <i>Usability</i> Aplikasi Mobile KAI Access	<i>Usability Testing Dan</i>	Adanya permasalahan pada bagian user interface (UI) yang menyebabkan kebingungan pada	Hasil perbandingan dari aplikasi KAI Access, Traveloka dan Tiket.com disimpulkan bahwa aplikasi KAI Access masih sangat jauh dibawah rata-rata

		Dengan Metode <i>Usability Testing</i> dan <i>Use Questionnaire</i>	<i>Use Questionnaire</i>	pengguna. Dimana permasalahan yang ada pada aplikasi KAI Access yaitu mengacu pada ketiga aspek <i>usability</i> yaitu efisiensi, efektivitas dan kepuasan. Dengan aplikasi pembanding yaitu Traveloka dan Tiket.com.	dibandingkan dengan kedua aplikasi Traveloka dan Tiket.com. Nilai <i>usability</i> yang di dapat KAI Access adalah 47,58% dengan predikat cukup, Traveloka 84,36% dengan predikat sangat baik dan Tiket.com 85,67% dengan predikat sangat baik.
14	(Fajar Alam & Wulandari, 2020)	Usability Evaluation Aplikasi Berbasis Website dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	Tingkat keaktifan bank sampah dalam penggunaan sistem online tergolong rendah (36,46%). Selain itu, pada tahun 2019, DLH Kota Bandung telah menggunakan banksampah.id sebagai aplikasi dalam mengevaluasi kinerja bank sampah, dengan dilakukannya penelitian ini supaya mengetahui tingkat <i>usability</i> banksampah.id, sehingga dapat diketahui aspek-aspek pada banksampah.id yang perlu diperbaiki.	Hasil web <i>usability evaluation</i> dengan menggunakan metode IPA menunjukkan 7 atribut <i>usability</i> pada kuadran I berkategori “ <i>Concentrate Here</i> ”, terdapat 10 atribut <i>usability</i> pada kuadran II dengan kategori “ <i>Keep Up The Good Work</i> ”, terdapat 8 atribut <i>usability</i> pada kuadran III dengan kategori “ <i>Low Priority</i> ” dan terdapat 9 atribut <i>usability</i> pada kuadran IV dengan kategori “ <i>Possible Overkill</i> ”. Adapun fokus perbaikan <i>usability</i> website adalah pada atribut – atribut variabel yang berada pada kuadran I (“ <i>Concentrate Here</i> ”) yaitu atribut dengan tingkat <i>importance</i> tinggi namun tingkat <i>performance</i> rendah diantaranya adalah atribut LEA4, LEA5, CON5, PER5 CON8, INT2, dan INT3.
15	(Andiputra & Tanamal, n.d.)	Analisis <i>Usability</i> Menggunakan Metode <i>Webuse</i> Pada Website KitaBisa.com	<i>Webuse</i>	Penelitian dilakukan ingin mengetahui apakah website Kitabisa.com sudah bisa memenuhi kebutuhan user nya atau belum dan apakah user nya mengalami kesulitan saat menggunakannya atau tidak.	Dengan variabel <i>Content, Organization, and Readability</i> memiliki nilai skor tertinggi yaitu 0.77 maka dapat disimpulkan bahwa variabel ini adalah <i>Content, Organization, and Readability</i> dapat disimpulkan bahwa isi konten sudah menarik atau selalu ter update dan juga pengkelompokan pada menu sudah baik dan mudah dibaca. Dan variable yang memiliki skor paling rendah adalah variabel desain user interface variabel ini mendapatkan skor 0.70 walaupun masi mendapatkan good tetapi angka

					ini hampir mendekati 0.60 yang artinya Moderate berarti dari segi user interface atau biasa disebut tampilan masih kurang dapat memuaskan penggunaannya.
--	--	--	--	--	--

2.8 Matriks Penelitian / *State of The Art*

Matriks penelitian menjelaskan mengenai perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terkait. Pada penelitian ini terdapat beberapa indikator yang menunjukkan perbedaan dan persamaan antar peneliti terdahulu dengan penelitian yang dilakukan, Tabel 2.3 merupakan matriks penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan. Berikut merupakan tabel penelitian :

Tabel 2.3 Matriks Penelitian

No	Judul (Penulis dan Tahun)	Ruang Lingkup Penelitian						Objek Penelitian
		<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	<i>Usability Testing</i>	<i>Heuristic Evaluation Method dan Webuse</i>	<i>Use Questionnaire</i>	<i>System Usability Scale (SUS)</i>	PACMAD	
1.	(Dewi et al., 2018)			√				Aplikasi Mobile Pemesanan Taksi Online
2.	(Pawestri et al., 2019)		√			√		SoCo, Althea, dan Sephora
3.	(Kasih Arnanda & Delianti Vera Irma, 2020)		√		√			Nagari Mobile Banking
4.	(Fauzi et al., 2019)					√	√	Tokopedia, Bukalapak, Shopee
5.	(Aditya Febrianti et al., 2019)		√					Web UnPin
6.	(Martantiani, 2019)	√						Shopee

7.	(Sundari & Hadisaputro, 2022)	√						Shopee
8.	(Immanuel Gracecilla Aprillia & Setiawan Rudy, 2020)	√						Sistem Informasi Akademik
9.	(Galuh Sembodo et al., 2021)					√		Web Shopee
10.	(Oktariana Nurazizah & Astriratma, 2021)				√			Shopee
11.	(Murti, 2020)		√					Trasportasi Online
12.	(Putra & Tanamal, 2020)				√			Website Ciputra Enterprise System
13.	(Hadi et al., 2018)		√		√			KAI Access
14.	(Fajar Alam & Wulandari, 2020)	√						Website Bank Sampah
15.	(Andiputra & Tanamal, n.d.)			√				KitaBisa.com
16.	Usulan Penelitian : Analisis Perbandingan <i>Usability</i> Aplikasi Jual Beli Online Shopee dan Tiktok Shop Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	√						Shopee dan Tiktok Shop

Berdasarkan tabel 2.3 mengenai matriks penelitian / *state of the art*, bahwa pada penelitian yang dilakukan terdapat perbedaan pada objek penelitian dimana pada penelitian ini dilakukan perbandingan terhadap aplikasi shopee dan tiktok shop, dan persamaan metode yang digunakan. Terdapat juga perbedaan variabel penelitian.