

Analisis Kesuksesan Aplikasi Shopee Dari Perspektif Penggemar K-Pop Menggunakan Model Delone dan McLean

Estie Grace Melisa Sinulingga^[1], Kristoko D. Hartomo^[2]

Program Studi Sistem Informasi^{[1],[2]}

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga, Jawa Tengah

e-mail: 682018190@student.uksw.edu^[1], Kristoko@uksw.edu^[2]

Abstract— *The Shopee application is an e-commerce application that can help users shop efficiently and save time. The purpose of this study is to find out how successful the Shopee application is and what variables affect user satisfaction from the perspective of K-Pop fans as the application users. This study will examine using five variables from the DeLone and McLean method: system quality, information quality, service quality, Usability, and user satisfaction. The research used is quantitative methods in the form of surveys with questionnaires, then data analysis using Structural Equation Model (SEM) with Smartpls V3. The resulting data is from analysis results by displaying data from validity and reliability tests. Questionnaires will be shared with respondents through social networks. The targets for filling out data in this questionnaire are K-Pop fans who often or have used the Shopee application. The results of this study indicate that there is 1 (one) hypothesis out of 6 (six) rejected theories. The rejected hypothesis is a hypothesis that predicts Information Quality affects Usability showing a coefficient of 1.674 (t-statistic <1.96) is not accepted. The results of this study show that the Quality of Information and Usability has a terrible influence. Therefore it is necessary to improve the application for the better.*

Keywords— *Information System Quality, McLean and DeLone, Shopee*

Abstrak— *Aplikasi Shopee dirancang sebagai sebuah aplikasi e-commerce yang dapat membantu penggunanya untuk berbelanja secara efisien dan menghemat waktu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa sukses dari aplikasi Shopee dan variabel apa yang mempengaruhi kepuasan pengguna dari perspektif penggemar K-Pop selaku salah satu pengguna pada aplikasi tersebut. Penelitian ini akan menguji menggunakan lima variabel dari metode DeLone and McLean yaitu: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kegunaan dan kepuasan pengguna. Penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kuantitatif berupa survey dengan kuesioner, kemudian analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan Smartpls V3. Data yang dihasilkan berupa hasil analisa dengan menampilkan data dari uji validitas dan uji reliabilitas. Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden melalui jejaring sosial, dimana yang menjadi target untuk mengisi data pada kuesioner ini adalah para penggemar K-Pop yang sering atau sudah pernah menggunakan aplikasi Shopee. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 1 (satu) hipotesis dari 6 (enam) hipotesis yang ditolak. Hipotesis yang ditolak merupakan sebuah hipotesis yang memprediksi Kualitas Informasi mempengaruhi Kegunaan menunjukkan koefisien 1.674 (t-statistik <1.96) tidak diterima. Hasil*

dari penelitian ini memberikan pandangan bahwa Kualitas Informasi dan Kegunaan memiliki pengaruh yang sangat tidak baik, oleh karena itu perlunya peningkatan untuk memperbaiki aplikasi menjadi lebih baik.

Kata Kunci— *Kualitas Sistem Informasi, Mclean dan DeLone, Shopee*

I. PENDAHULUAN

Shopee merupakan sebuah perusahaan yang memberikan layanan dibidang website dan aplikasi *e-commerce* yang memberikan layanan sebagai wadah penghubung antara penjual dan pembeli, sebagai penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk. Aplikasi ini dirilis pada awal tahun 2016 dan memiliki kantor pusat berada di Jakarta. Shopee merupakan sebuah aplikasi *e-commerce* yang dinaungi oleh SEA Group atau dikenal dengan nama Gerena sebuah perusahaan internet yang berasal dari Asia Tenggara[1]. Kelompok penggemar K-Pop merupakan sebuah kelompok yang besar dan kelompok ini merupakan sebuah kelompok yang selain menikmati musik juga menikmati berbagai *merchandise* yang dijual[2]. Shopee dianggap sebagai sebuah penghubung dalam melakukan berbagai kegiatan transaksi untuk penggemar K-Pop dalam melakukan jual beli berbagai jenis barang yang dijual oleh artis K-Pop sendiri. Selain menjual lagu maupun tiket konser, artis K-Pop juga menjual berbagai *merchandise* yang merupakan sumber utama penghasilan idol asal Korea Selatan. Hal ini dilakukan pada Shopee mengingat pada Shopee terdapat fitur gratis ongkir untuk pengiriman barang dan merupakan *e-commerce* yang paling diminati[3].

Pembeli berbagai *merchandise* ini bukanlah hanya penggemar dari Korea Selatan saja melainkan berbagai negara salah satunya ialah Indonesia, dimana terdapat 1 orang yang membeli secara langsung dari website secara banyak dan kemudian dijual kembali[4]. Dimana dalam melakukan pembelian seorang pembeli melakukan kontak melalui aplikasi aplikasi chat dan kemudian penjual akan menjual melalui aplikasi Shopee, hal ini dikarenakan setiap pembeli diharapkan dapat mendapatkan potongan gratis ongkir (ongkos kirim) untuk setiap pengiriman barang[5].

Dampak dari kemudahan dari penggunaan aplikasi Shopee ini adalah memberikan pengaruh yang besar bagi para penjual

hal ini dikarenakan aplikasi Shopee memiliki fitur yang mudah dimengerti sehingga banyak kalangan dari segala umur dapat menggunakannya salah satunya adalah penggemar K-Pop yang merupakan kebanyakannya adalah pengguna aktif[6].

Namun seringkali aplikasi Shopee mengalami pembaruan aplikasi seperti *update* pada tampilan aplikasi maupun layanan yang tersedia yang mengakibatkan banyaknya hal baru terjadi sehingga hal ini sering kali membuat pengguna penggemar K-Pop mengalami kendala[1]. Banyaknya ulasan negatif pada aplikasi dari para penggemar K-Pop memperlihatkan kurangnya kepuasan penggemar K-Pop terhadap aplikasi ini[5].

Penelitian ini didasari oleh penelitian sebelumnya Dwi Andriyanto (2021) yang meneliti mengenai Analisis Kesuksesan Aplikasi Jakarta Kini (JAKI) Menggunakan Model Delone And McLean[7]. Adapun perbedaan dari penelitian ini adalah pada penelitian Dwi Andriyanto terdapat variabel Manfaat Bersih (*Net Benefit*) untuk mengukur manfaat bersih dari aplikasi tersebut, namun pada penelitian ini tidak digunakan. Variabel-variabel yang dipilih pada penelitian sebelumnya dipilih berdasarkan tingkat relevan fenomena yang terjadi pada penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan diatas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa sukses aplikasi Shopee dan variabel dari Model DeLone and McLean apa saja yang mempengaruhi menurut pandangan dari pengguna penggemar K-Pop. Penelitian pada aplikasi ini diharapkan memiliki perubahan yang terjadi pada aplikasi Shopee dan menjadi pandangan bagi para pengguna maupun pihak Shopee dimana pihak Shopee harus mengetahui apa yang dirasakan oleh para pengguna baik dari pihak penjual maupun pembeli. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan sebuah analisis kesuksesan aplikasi agar mendapatkan hasil yang maksimal. Sehingga

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terkait

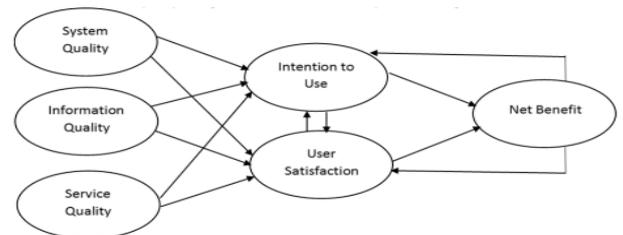
Penelitian mengenai kesuksesan aplikasi telah diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Studi yang dilakukan oleh D. Andriyanto, et al tentang “Analisis Kesuksesan Aplikasi Jakarta Kini (JAKI) Menggunakan Model Delone And McLean”. Penelitian ini untuk mengukur seberapa sukses aplikasi yang dimiliki oleh pemprov DKI Jakarta dan mengetahuinya dari pengguna aplikasi JAKI yang dimana merupakan warga DKI Jakarta. Hasil yang didapatkan sebagai kategori baik dimana hipotesis yang dimiliki memiliki nilai yang baik sehingga aplikasi ini memberikan dampak yang baik.[7]. Ada juga studi tentang ”Analysis Of Information System Implementation In BINUS University Using DeLone and McLean Information System Success Model and COBIT Framework”. J.M. Kerta, et al. Fokus pada penelitian ini merupakan sebuah analisis dari Sistem Informasi yang dimiliki oleh organisasi BINUS sendiri dimana hasil dari ini membantu dan mendukung tim IT pada BINUS. Hasil yang didapatkan pada analisa ini dapat dikategorikan sebagai baik dimana hasil skala yang didapatkan adalah 3.5 dari 5[8]. Kemudian juga penelitian berupa “Model Delone dan McLean Untuk Menguji Kesuksesan Aplikasi Mobile Penerimaan Mahasiswa Baru” oleh Nani Agustina, et al. Tujuan penelitian merupakan sebagai analisa aplikasi baru yang dimiliki oleh organisasi tersebut sehingga pada saat

penerimaan mahasiswa baru dapat menggunakan dengan baik tanpa gangguan. Hasil yang didapatkan adalah aplikasi tersebut dikatakan sebagai aplikasi PMB yang baik dan dapat dipercaya dikarenakan hasil nilai dari hipotesis yang dimiliki memiliki nilai yang baik[9]. Pada peneliti sebelum ini sama – sama menganalisis kesuksesan sebuah aplikasi yang dimana untuk mengukur tingkat suksesnya sebuah aplikasi.

Penelitian yang dilakukan menjawab terkait kesuksesan sebuah aplikasi belanja yaitu Shopee, penelitian ini memiliki sistematika yaitu: Pendahuluan, Dasar Teori, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan dan Kesimpulan dan Saran.

B. Information System Success Model (ISSM)

Information System Success Model (ISSM) sebuah model penelitian yang dikembangkan untuk mengukur sebuah kesuksesan sistem informasi. Teori model DeLone dan McLean memiliki dimensi-dimensi kesuksesan yang diukur saling berkaitan [10]. Teori model yang digunakan pada penelitian ini merupakan sebuah teori dari tahun 2003 dimana penelitian ini tidak memiliki kebaruan dari teori Model DeLone dan McLean.



Gambar 1: Model Kesuksesan Informasi DeLone dan McLean (2003)

Berikut ini merupakan penjelasan dari variabel Gambar 1 :

1. Kualitas Sistem (*System Quality*)
Kualitas sistem merupakan sebuah variabel yang mencakup sejauh mana sebuah performa yang ditunjukkan oleh sebuah sistem Ketika user menggunakan sistem informasi, baik dari segi sebuah *hardware* maupun dari segi sebuah *software*.
2. Kualitas Informasi (*Information Quality*)
Variabel kualitas informasi ini merupakan sebuah variabel kualitas informasi yang memberikan sebuah nilai dari kualitas informasi itu sendiri oleh pengguna ketika menggunakan sebuah sistem.
3. Kualitas Layanan (*Service Quality*)
Kualitas layanan merupakan sebuah layanan yang diberikan oleh sistem informasi dimana pada kualitas layanan diharapkan setiap pengguna sistem informasi dapat mendapatkan layanan yang baik sesuai pada harapan.
4. Pemakaian (*Use*)
Variable pemakaian adalah variabel yang berupa pada seberapa sering pengguna menggunakan sistem informasi yang tersedia.
5. Kepuasan Pengguna (*User satisfaction*)
Variable ini pengguna sistem informasi akan memberikan respon dan tanggapan terhadap kepuasan pengguna setelah menggunakan sistem informasi.
6. Manfaat-Manfaat Bersih (*Net Benefits*)

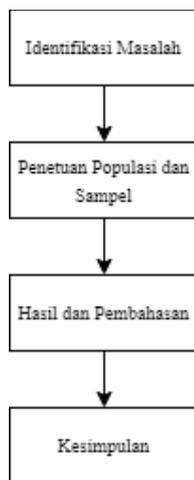
Variabel manfaat-manfaat bersih adalah sebuah dampak keberadaan dari variabel dan pemakaian dari sebuah sistem informasi kepada kualitas sebuah kinerja dari pengguna baik digunakan secara individu maupun organisasi

Variabel-variabel diatas adalah merupakan sebuah variabel yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kesuksesan dari sebuah sistem informasi[11]. Dimensi penting pada model ini adalah Information Quality, System Quality, Service Quality, Use, User Satisfaction untuk mengetahui kesuksesan ke dalam Net Benefit. Keterkaitan antar dimensi ini memiliki tujuan yang sangat penting yaitu mengukur, menganalisis serta memberikan hasil berupa kesuksesan aplikasi untuk hasil yang berkualitas[12]. Dari beberapa model kesuksesan sebuah sistem informasi model, model kesuksesan menggunakan DeLone dan McLean merupakan model yang paling banyak diperhatikan oleh penelitian dan digunakan. Hal ini dikarenakan pada model ini memiliki tatana yang mudah dimengerti dan memiliki hasil yang baik[13]. Model kesuksesan DeLone dan McLean merupakan sebuah model yang sangat sederhana, lengkap dan valid dalam mengukur sebuah kesuksesan, sehingga aspek yang digunakan pada model ini dapat dengan mudah untuk membantu para peneliti [14].

III. METODE PENELITIAN

1. Alur Penelitian

Di dalam penelitian ini menggunakan 4 tahapan, yaitu : (1) Identifikasi Masalah, (2) Penentuan Populasi dan Sampel, (3) Hasil dan Pembahasan (4) Kesimpulan. Dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Metode Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah diawali merupakan awal pada tahapan penelitian ini, dimana dilakukan proses identifikasi masalah yang berhubungan dengan penggemar K-Pop yang menggunakan aplikasi Shopee.

2. Penentuan Populasi dan Sampel

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dapat menggunakan pendapat (Hair, Jr, 2015) dimana apabila menggunakan ukuran 5-10 dikalikan dengan item pertanyaan. (10x22 = 220) responden[15].

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan penyebaran kuesioner menggunakan google form kepada penggemar K-Pop, penyebaran ini dilakukan secara online dikarenakan diharapkan banyaknya responden pembeli yang mengisi dari berbagai daerah yang dimana yang melakukan pengisian kuesioner ini adalah penggemar K-Pop dari berbagai jenis dengan yang pernah menggunakan aplikasi Shopee, dengan rentang waktu penggunaan maksimal satu kali dalam sebulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini adalah berupa data model kuantitatif yang kemudian akan diolah menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan Smartpls V3. Sehingga pembahasan yang didapatkan adalah berupa hasil dari analisis dari Structural Equation Model (SEM) dengan Smartpls V3.

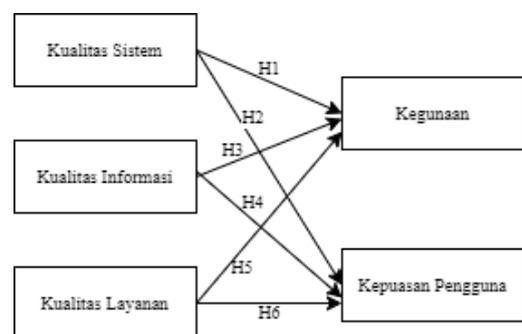
4. Kesimpulan

Pada tahap metodologi ini adalah sebuah tahap yang akan memberikan ringkasan hasil dari penelitian ini. Apa yang didapatkan sehingga dapat memberikan uraian yang terjadi dari masalah yang diidentifikasi.

Pada penelitian ini yang dapat mengisi kuesioner ini adalah merupakan seorang penggemar K-Pop yang memiliki ketertarikan pada musik korea dan yang pernah atau setidaknya menggunakan aplikasi Shopee dalam sebulan sekali untuk melakukan pembelian *Merchandise*. Responden yang dapat mengisi merupakan semua kalangan tanpa ada batasan untuk mengisi mengingat penggemar K-Pop berasal dari berbagai kalangan.

2. Model Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang baru dimana mengingat responden yang diambil sebagai sampel adalah penggemar K-Pop. Namun kebaruan teori masih sama seperti pada penelitian sebelumnya dimana menggunakan model DeLone dan McLean dimana menggunakan teori yang digunakan merupakan teori yang berasal dari tahun 2003.



Gambar 3. Model Penelitian

Berdasarkan pada Gambar 3 terdapat 6 hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini, yaitu:

- H1: Kualitas Sistem berdampak secara baik pada Kegunaan
- H2: Kualitas Sistem berdampak secara baik pada Kepuasan Pengguna
- H3: Kualitas Informasi berdampak secara baik pada Kegunaan
- H4: Kualitas Informasi berdampak secara baik pada Kepuasan Pengguna

Pengguna

H5: Kualitas Layanan berdampak secara baik pada Kegunaan

H6: Kualitas Layanan berdampak secara baik pada Kepuasan Pengguna

Variable	Indikator
1. Kualitas sistem	1) Saya sebagai penggemar K-Pop merasa Aplikasi Shopee mudah untuk digunakan 2) Saya sebagai penggemar K-Pop merasa mudah untuk mempelajari mengoperasikan aplikasi Shopee 3) Saya sebagai penggemar K-Pop merasa mudah untuk melakukan navigasi pada Aplikasi Shopee 4) Saya sebagai penggemar K-Pop merasa Aplikasi Shopee memungkinkan saya dengan mudah menemukan informasi yang saya cari 5) Saya sebagai penggemar K-Pop merasa Aplikasi Shopee terstruktur dengan baik 6) Saya sebagai penggemar K-Pop merasa Aplikasi Shopee terstruktur dengan baik Aplikasi Shopee memiliki peluang untuk membuat akun individu dengan login id dan password
2. Kualitas Informasi	1) Saya merasa informasi yang ditampilkan oleh Aplikasi Shopee adalah benar 2) Saya merasa informasi yang ditampilkan oleh Aplikasi Shopee berguna dan sesuai tujuan saya sebagai penggemar K-Pop 3) Informasi yang disediakan oleh Aplikasi Shopee adalah yang terbaru untuk saya sebagai penggemar K-Pop 4) Informasi yang disediakan oleh Aplikasi Shopee jelas dan lengkap untuk saya sebagai penggemar K-Pop
3. Kualitas Layanan	1) Terdapat dukungan teknis yang memadai dari penyedia Aplikasi Shopee sehingga memudahkan saya 2) Aplikasi Shopee dapat diandalkan untuk memberikan informasi sesuai kebutuhan para penggemar K-Pop 3) Output Aplikasi Shopee sesuai dengan proses kerja 4) Aplikasi Shopee tersedia setiap saat untuk para penggemar K-Pop 5) Aplikasi Shopee aman dan melindungi privasi saya dan para penggemar K-Pop lainnya

4. Kepuasan Pengguna	1) Saya merasa Aplikasi Shopee menarik dan harus digunakan 2) Aplikasi Shopee telah memenuhi kebutuhan pengguna saya sebagai penggemar K-Pop 3) Saya merasa puas bahwa Aplikasi Shopee memenuhi pengetahuan atau kebutuhan pemrosesan informasi saya 4) Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan Aplikasi Shopee
5. Kegunaan	1) Saya merasa Aplikasi Shopee berguna bagi saya 2) Saya akan menggunakan Aplikasi Shopee di masa depan 3) Saya akan sering menggunakan Aplikasi Shopee di masa mendatang

Sumber: (Andriyanto et al, 2021)

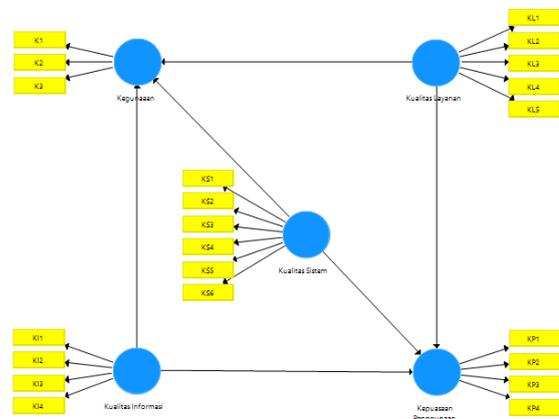
Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian model DeLone & McLean

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data dari penelitian diolah menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan Smartpls V3 [16]. Dimana data yang diperoleh ada berupa data dengan kuesioner dengan Skala Likert seperti pada Tabel 1 dengan model Penelitian pada Smartpls dapat dilihat pada Gambar 4 dibawah ini.

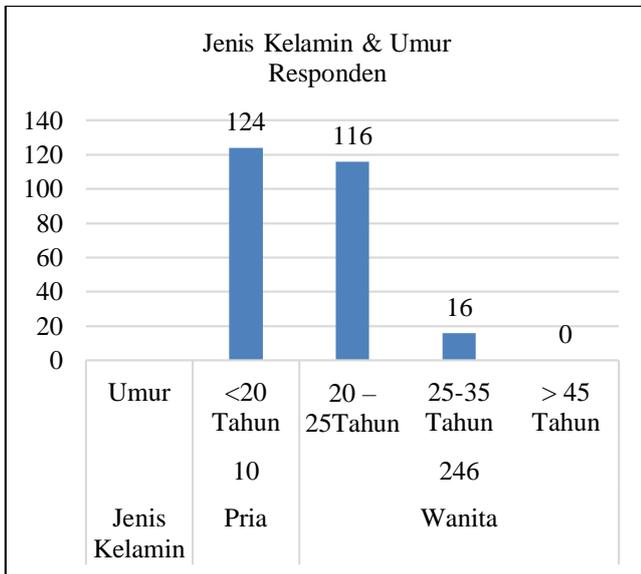
No	Persepsi	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Tabel 2. Skala Likert

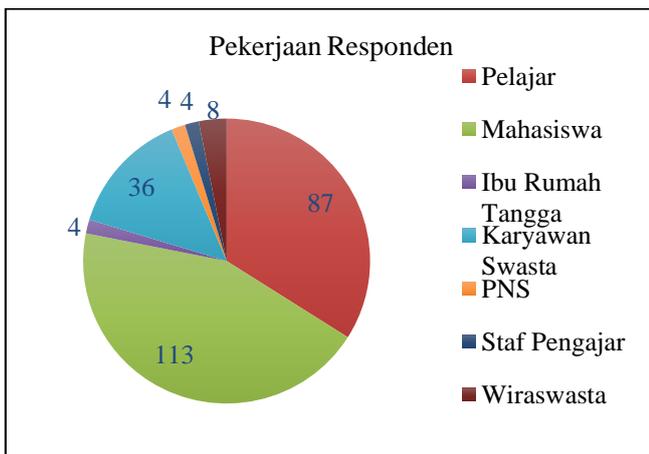


Gambar 4. Model Penelitian

A. Demografi Responden



Grafik 1. Jenis Kelamin dan Umur Responden



Grafik 2. Pekerjaan Responden

Responden pada penelitian merupakan penggemar K-Pop dari berbagai kalangan yang berhasil terkumpul sebanyak 256 responden, dengan jumlah responden Wanita 246 responden dan Pria 10 responden dengan mayoritas yang mengisi adalah dari kalangan Mahasiswa.

B. Analisis Yang Dilakukan

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model dari Pengukuran (*Outer Model*) pada sebuah variabel yang berindikator memiliki hubungan dengan variabel faktor/laten. Hasil dari sebuah pengukuran variabel indikator pembentuk variabel faktor/laten. Pengujian yang akan dilakukan di dalam Model pengukuran ini adalah sebagai berikut :

- a. Uji Validitas
- a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)
 - 1) Nilai Loading Factor

	K	KP	KI	KL	KS
K1	0.847				
K2	0.908				
K3	0.893				
KI1			0.819		
KI2			0.850		
KI3			0.804		
KI4			0.833		
KL1				0.748	
KL2				0.754	
KL3				0.796	
KL4				0.731	
KL5				0.755	
KP1		0.830			
KP2		0.833			
KP3		0.814			
KP4		0.829			
KS1					0.821
KS2					0.804
KS3					0.797
KS4					0.738
KS5					0.713
KS6					0.784

Tabel 4. Loading Factor

Dalam peraturan penentuan sebuah nilai dari *Loading Factor* harus memiliki sebuah nilai diatas 0.70. berdasarkan hasil pada Tabel 4 bahwa semua indikator memiliki nilai diatas 0.70 sehingga dapat dikatakan bahwa hasil data dari Tabel 4 dapat dikatakan valid.

*Keterangan :

1. K = Kegunaan
 2. KI = Kualitas Informasi
 3. KL = Kualitas Layanan
 4. KP = Kepuasan Pengguna
 5. KS = Kualitas Sistem
2. Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
K	0.858	0.859	0.914	0.780
KP	0.846	0.848	0.896	0.684
KI	0.846	0.853	0.896	0.683
KL	0.814	0.815	0.870	0.573
KS	0.868	0.871	0.901	0.604

Tabel 5. Construct Reliability and Validity

Peraturan pada nilai AVE adalah dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai diatas 0.50. Sehingga pada Tabel 5 masing-masing indikator menampilkan nilai diatas 0.50 sehingga seluruh nilai pada indikator Tabel 5 dapat dikatakan valid.

b) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

1) *Fornell-Larcker Criterion*

Validitas Diskriminan ini dalam menentukan sebuah nilai dari *Fornell-Larcker Criterion* yang bagus adalah korelasi terhadap variabel dengan variabel itu sendiri harus memiliki nilai yang lebih tinggi, dengan ketentuan nilai diatas 0.70. Tabel 6 di bawah sudah menunjukkan bahwa nilai dari korelasi dari variabel terhadap variabel itu sendiri sudah lebih tinggi dari variabel lain.

	K	KP	KI	KL	KS
K	0.883				
KP	0.686	0.827			
KI	0.565	0.718	0.827		
KL	0.610	0.702	0.753	0.757	
KS	0.633	0.640	0.633	0.651	0.777

Tabel 6. *Construct Reliability and Validity*

2) *Cross Loading*

Cross loading mendapatkan nilainya adalah dari sebuah hubungan variabel kepada indikator itu sendiri, dimana memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada terhadap variabel yang lain dengan sebuah aturan nilai lebih dari 0.70. Dapat dilihat bahwa nilai pada *Cross Loading* dimana memiliki korelasi antara variabel dengan indikator itu sendiri memiliki nilai lebih besar dari variabel lain dengan nilai diatas 0.70 maka nilai nilai pada *Cross Loading* dapat dikatakan valid.

	K	KP	KI	KL	KS
K1	0.847	0.636	0.507	0.575	0.578
K2	0.908	0.561	0.480	0.494	0.533
K3	0.893	0.613	0.506	0.539	0.562
KI1	0.457	0.586	0.819	0.608	0.505
KI2	0.517	0.686	0.850	0.647	0.607
KI3	0.422	0.510	0.804	0.567	0.461
KI4	0.463	0.571	0.833	0.662	0.505
KL1	0.511	0.510	0.571	0.748	0.532
KL2	0.411	0.556	0.609	0.754	0.446
KL3	0.516	0.547	0.602	0.796	0.528
KL4	0.422	0.502	0.498	0.731	0.499
KL5	0.441	0.545	0.566	0.755	0.459
KP1	0.581	0.830	0.572	0.557	0.461
KP2	0.540	0.833	0.643	0.616	0.550

KP3	0.524	0.814	0.556	0.548	0.510
KP4	0.621	0.829	0.596	0.596	0.589
KS1	0.560	0.552	0.447	0.497	0.821
KS2	0.517	0.450	0.472	0.469	0.804
KS3	0.482	0.426	0.485	0.498	0.797
KS4	0.454	0.478	0.479	0.511	0.738
KS5	0.441	0.532	0.568	0.556	0.713
KS6	0.488	0.531	0.507	0.508	0.784

Tabel 7. *Discriminant Validity (Cross Loading)*

b. Uji Reliabilitas

a) *Composite Reliability*

Tahap ini dapat dikatakan sebuah nilai yang baik adalah dengan memiliki nilai diatas 0.70. Tabel 5 menunjukkan nilai *Composite Reliability* yang menunjukkan bahwa setiap variabel pada Tabel 5 memiliki nilai diatas 0.70, sehingga setiap variabel memiliki nilai yang reliabel dimana memenuhi uji reliabilitas. Nilai tertinggi adalah dimiliki variabel Kegunaan dimana memiliki nilai sebesar 0.914 dan nilai terendah adalah dimiliki oleh variabel Kualitas Layanan yaitu sebesar 0.870.

b) *Cronbach's Alpha*

Nilai dapat dikatakan reliabel pada *Cronbach's Alpha* adalah dengan memiliki nilai diatas 0.70. Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai pada setiap variabel memiliki nilai diatas 0.70 sehingga nilai pada setiap variabel *Cronbach's Alpha* adalah reliabel. Dengan nilai tertinggi adalah Kualitas Sistem dengan nilai 0.868 dan nilai terendah adalah variabel Kualitas Layanan dengan memiliki nilai sebesar 0.814.

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model Struktural dapat digunakan dengan terhadap variabel yang tidak dilakukan pengukuran secara langsung, melainkan dilakukan pengujian nilai dari hasil kepada indikator yang ada. Pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. *R-Square*

Nilai dari *R-Square* dapat dipakai untuk mengukur sebuah tingkat dari variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan 0,75 dinyatakan struktur model yang kuat, 0,50 untuk nilai struktur model moderate dan 0,25 lemah. Dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini :

- 1) K, *R-Square* bernilai 0.474 atau pada persen adalah sebesar 47.4% maka dinyatakan lemah.
- 2) KP, *R-Square* bernilai 0.603 atau pada persen adalah sebesar 60.3% maka dinyatakan moderate

	R Square	Adjusted R Square
K	0.474	0.468
KP	0.603	0.598

Tabel 8. R-Square

2. *T-Statistic*

	(O)	(M)	(STDEV)	T Statistik	P Value
H1	0.380	0.387	0.067	5.673	0.000
H2	0.228	0.231	0.056	4.090	0.000
H3	0.120	0.120	0.071	1.674	0.095
H4	0.361	0.359	0.057	6.346	0.000
H5	0.272	0.267	0.073	3.742	0.000
H6	0.283	0.283	0.069	4.084	0.000

Tabel 9. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)

Hipotesis akan signifikan jika memiliki nilai dari *T-Statistic* tinggi dari 1.96, jika tidak lebih tinggi maka hipotesis akan memiliki nilai yang tidak begitu signifikan. Dengan hasil dari sebuah evaluasi model struktural dengan prosedur bootstrapping seperti Tabel 8. Dari hasil uji statistic yang didapatkan sebagai berikut :

1. Hasil dari *T-Statistic* H1 Kualitas Sistem dengan Kegunaan. Nilai *T-Statistic* yang didapatkan adalah 5.673 dan signifikansi dibawah t-tabel signifikansi senilai 1.96 maka Kualitas Informasi secara “signifikan” berdampak terhadap dengan kegunaan.
2. Hasil dari *T-Statistic* H2 Kualitas Sistem dengan Kepuasan penggunaan. Nilai *T-Statistic* yang didapatkan adalah 4.090 dan signifikansi dibawah t-tabel signifikansi senilai 1.96 maka Kualitas Informasi secara “signifikan” berdampak dengan kepuasan penggunaan.
3. Hasil dari *T-Statistic* H3 Kualitas Informasi dengan Kegunaan. Nilai *T-Statistic* yang didapatkan adalah 1.674 dan signifikansi dari dibawah t-tabel signifikansi yaitu bernilai 1.96 maka Kualitas Informasi secara “tidak signifikan” tidak berdampak dengan kegunaan.
4. Hasil *T-Statistic* H4 Kualitas Informasi dengan Kepuasan Penggunaan. Nilai *T-Statistic* yang didapatkan adalah 6.346 dan signifikansi dibawah t-tabel signifikansi senilai 1.96 maka Kualitas Informasi secara “signifikan” berdampak dengan kepuasan penggunaan.
5. Hasil dari *T-Statistic* H5 Kualitas Layanan dengan Kegunaan. Nilai *T-Statistic* yang didapatkan adalah 3.742 dan signifikansi dibawah t-tabel signifikansi senilai 1.96 maka Kualitas Informasi secara “signifikan” berdampak terhadap kegunaan.

Hasil dari *T-Statistic* H6 Kualitas Layanan dengan Kepuasan Penggunaan. Nilai *T-Statistic* yang didapatkan adalah 4.084 dan signifikansi dibawah t-tabel signifikansi

senilai 1.96 maka Kualitas Informasi secara “signifikan” berdampak dengan kepuasan penggunaan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil diatas penilaian dari pengguna para penggemar K-Pop dengan 6 (enam) hipotesis yang dibentuk berdasarkan model DeLone dan McLean dapat dikatakan bahwa Aplikasi Shopee dapat dikatakan belum sepenuhnya sukses. Hal ini dikarenakan pada 6 (enam) hipotesis terdapat 1 (satu) hipotesis yang ditolak yaitu pada Kualitas Informasi kepada Kegunaan. Penggemar K-Pop sebagai pengguna tidak mendapatkan kepuasan yang baik pada Kualitas Informasi dan Kegunaan, sehingga hal ini dapat mempengaruhi Kegunaan aplikasi untuk masa yang akan datang. Oleh karena itu perlunya peningkatan sistem agar dapat memberikan Kualitas Informasi yang baik, sehingga akan memberikan pengaruh minat Kegunaan yang baik untuk masa yang akan datang.

Saran untuk pengembangan pada penelitian ini adalah untuk melakukan penelitian yang lebih baik dengan menambahkan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendukung pada penelitian ini. Sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih baik.

REFERENSI

- [1] E. Japariato and S. Adelia, “Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 14, no. 1, pp. 35–43, 2020, doi: 10.9744/pemasaran.14.1.35-43.
- [2] S. Saepudin, M. Muslih, and S. Solehah, “Sistem Keputusan Pemilihan Musik Korea Terhadap Musik Lokal Indonesia Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP),” *J. Ris. Sist. Inf. dan Teknol. Inf.*, vol. 3, no. 1, pp. 36–44, 2021, doi: 10.52005/jursistekni.v3i1.67.
- [3] Y. Meidita, Suprpto, and R. I. Rokhmawati, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus: Berrybenka),” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 11, pp. 5682–5690, 2016.
- [4] M. Veronica, S. Paramita, L. Savitri, and S. Utami, “Eksplorasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop,” *Jurnal Koneksi*, vol.2, no. 02. Pp. 433-440, 2021, doi: 10.24912/kn.v2i2.3920.
- [5] D. Pranitasari and A. N. Sidqi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius,” *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, vol. 18, no. 02, pp. 12–31, Oct. 2021, doi: 10.36406/jam.v18i02.438.
- [6] N. K. Nadia Kaswarina and M. P. Adiputra, “Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi, Pendapatan, Dan Biaya Terhadap Penggunaan Platform Marketplace Shopee (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng),” *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, vol. 12, no. 03, pp. 693–703, 2021, doi: https://doi.org/10.23887/jimat.v12i3.34446.
- [7] D. Andriyanto, F. Said, F. Titiani, and E. Erni, “Analisis Kesuksesan Aplikasi Jakarta Kini (JAKI) Menggunakan Model Delone and McLean,” *Paradig. - J. Komput. dan Inform.*, vol. 23, no. 1, pp. 43–

- 48, 2021, doi: 10.31294/p.v23i1.10018.
- [8] J. M. Kerta and A. D. Suryawan, "Analysis of Information System Implementation in Binus University Using Delone and Mclean Information System Success Model and Cobit Framework," *CommIT (Communication Inf. Technol. J.*, vol. 7, no. 1, p. 13, 2013, doi: 10.21512/commit.v7i1.578.
- [9] N. Agustina and E. Sutinah, "Model Delone dan McLean Untuk Menguji Kesuksesan Aplikasi Mobile Penerimaan Mahasiswa Baru," *InfoTekJar (Jurnal Nas. Inform. dan Teknol. Jaringan)*, vol. 3, no. 2, pp. 76–82, 2019, doi: 10.30743/infotekjar.v3i2.1008.
- [10] 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," *J. Teknol. dan Manaj. Inform.*, vol. 6, no. 1, pp. 44–52, 2020, doi: 10.26905/jtmi.v6i1.4165.
- [11] F. Sapty Rahayu, R. Apriliyanto, and Y. Sigit Purnomo Wuryo Putro, "Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Kemahasiswaan (SIKMA) dengan Pendekatan Model DeLone dan McLean," *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 34–46, 2018, doi: 10.24002/ijis.v1i1.1704.
- [12] A. Basyir and L. Safitri, "Determinan Kesuksesan Sistem Informasi Core Banking System dengan Variabel Pendekatan Model Delone dan Mclean," *J. Heal. Sains*, vol. 3, no. 1, pp. 37–51, 2022, doi: 10.46799/jsa.v3i1.370.
- [13] C. Nisa' and R. D. Wulandari, "Evaluasi Implementasi Aplikasi Bpjstku Mobile," *Bul. Penelit. Kesehat.*, vol. 48, no. 1, pp. 51–62, 2020, doi: 10.22435/bpk.v48i1.625.
- [14] E. P. Sari and S. Sukardi, "Optimalisasi Penggunaan E-learning dengan Model Delone dan McClean," *J. Educ. Technol.*, vol. 4, no. 2, p. 141, 2020, doi: 10.23887/jet.v4i2.24819.
- [15] 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," *J. Teknol. dan Manaj. Inform.*, vol. 6, no. 1, pp. 44–52, 2020, doi: 10.26905/jtmi.v6i1.4165.
- [16] M. M. Rahmad Solling Hamid, S.E. and M. M. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*, 1st ed. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019.