



Pengaruh Kualitas Sistem *TikTok Shop* terhadap Kepuasan Pelanggan *Fashion Online*

Novi Fitria^{1*}, Syifa Laili Nurkasih¹, Nadiya Daniella Aulia¹

¹Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspittek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email: 1_novifitriani1812@gmail.com

(* : coressponding author)

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem TikTok Shop terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion online. Fokus penelitian meliputi aspek kecepatan akses, kemudahan navigasi, dan keamanan transaksi. Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarluaskan kepada 58 responden pengguna TikTok Shop di Indonesia. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan persepsi responden terhadap kualitas sistem TikTok Shop dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem TikTok Shop memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion online. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas sistem dan fitur interaktif, seperti menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas sistem yang baik mampu meningkatkan kepercayaan pengguna serta mendorong kepuasan dalam proses transaksi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan platform social commerce, khususnya dalam meningkatkan kualitas sistem guna memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam pembelian produk fashion secara online.

Kata Kunci: Kualitas Sistem, *TikTok Shop*, Kepuasan Pelanggan, Pembelian *Online*, Produk *Fashion*, *Social Commerce*

Abstract— This study aims to analyze the effect of TikTok Shop system quality on customer satisfaction in online fashion product purchases. System quality in social commerce platforms plays an important role in creating a convenient, secure, and efficient shopping experience. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through an online questionnaire distributed to 58 TikTok Shop users in Indonesia who had purchased fashion products. Data analysis was conducted using descriptive and inferential statistical methods with SPSS version 26. The system quality variable was measured through ease of use, application interface, system stability, processing speed, and transaction security, while customer satisfaction was measured through satisfaction level, expectation fulfillment, shopping experience, repurchase intention, and recommendation willingness. The results indicate that TikTok Shop system quality has a positive and significant effect on customer satisfaction in online fashion purchases.

Keywords: System Quality, *TikTok Shop*, Customer Satisfaction, Fashion Products, Social Commerce

1. PENDAHULUAN

TikTok Shop merupakan salah satu platform *social commerce* yang berkembang pesat di Indonesia, khususnya dalam transaksi pembelian produk fashion. Integrasi konten video, fitur interaktif, serta sistem transaksi digital menjadikan platform ini banyak digunakan oleh masyarakat dalam aktivitas belanja online. Berdasarkan pengamatan kelompok peneliti, tingginya intensitas penggunaan TikTok Shop menunjukkan bahwa sistem yang digunakan memiliki peran penting dalam mendukung kenyamanan pengguna selama proses pembelian berlangsung (Novita Christina Hutapea, 2024).

Kualitas sistem menjadi aspek penting dalam keberhasilan suatu sistem informasi, terutama pada platform e-commerce. Kualitas sistem mencerminkan kemampuan sistem dalam memberikan kemudahan penggunaan, keandalan, kecepatan akses, serta keamanan transaksi. Sistem dengan kualitas yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi pengguna dan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna sebagai indikator keberhasilan sistem informasi (“The DeLone and McLean Model of Information Systems Success,” 2003).

Kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce merupakan hasil penilaian pengguna terhadap pengalaman mereka selama menggunakan sistem dalam proses transaksi. Tingkat kepuasan tersebut menunjukkan sejauh mana sistem mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna saat berinteraksi dengan platform digital. Dalam pembelian produk fashion secara online, kepuasan pelanggan menjadi aspek krusial karena berkaitan erat dengan kenyamanan penggunaan,

kepercayaan terhadap sistem, serta keberlanjutan penggunaan platform dalam jangka panjang (Ananda Putri Aisyah, 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sistem informasi pada aplikasi TikTok Shop memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Hasil evaluasi mengindikasikan bahwa aspek kinerja sistem, kualitas informasi, keamanan, efisiensi, serta layanan yang tersedia telah berjalan dengan baik. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih menitikberatkan pada kepuasan pengguna secara umum dan belum secara spesifik mengkaji pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem TikTok Shop terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion secara online (Dellia et al., n.d.).

1.1 Kualitas Sistem pada *Platform Social Commerce*

Kualitas sistem merupakan faktor penting dalam keberhasilan sistem informasi, khususnya pada platform e-commerce dan *social commerce*. Kualitas sistem mencerminkan kemampuan sistem dalam menyediakan kemudahan penggunaan, keandalan, kecepatan akses, serta keamanan transaksi. Sistem dengan kualitas yang baik mampu meningkatkan kenyamanan pengguna dan mendukung kelancaran proses transaksi secara digital (“The DeLone and McLean Model of Information Systems Success,” 2003).

Dalam konteks *social commerce*, kualitas sistem berperan dalam menunjang integrasi antara konten digital, interaksi pengguna, dan sistem transaksi. Platform *social commerce* yang memiliki sistem stabil dan responsif memungkinkan pengguna memperoleh informasi produk secara optimal serta melakukan transaksi dengan lebih efisien. Kondisi ini berkontribusi pada terbentuknya pengalaman belanja online yang positif bagi pengguna (Ananda Putri Aisyah, 2022).

Pada platform TikTok Shop, kualitas sistem informasi menjadi aspek penting dalam mendukung aktivitas transaksi pengguna. Sistem yang andal, mudah digunakan, serta aman terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok Shop. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi memiliki peran signifikan dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman pada platform *social commerce* (Novita Christina Hutapea, 2024).

Evaluasi kualitas sistem TikTok Shop menunjukkan bahwa aspek kinerja, informasi, keamanan, efisiensi, dan layanan telah berjalan dengan baik dalam mendukung aktivitas pengguna. Namun, penelitian sebelumnya masih lebih banyak membahas kepuasan pengguna secara umum. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem secara spesifik terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion melalui TikTok Shop (Dellia et al., n.d.).

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah diuraikan, kualitas sistem pada platform *social commerce* seperti TikTok Shop, yang meliputi aspek stabilitas, kecepatan akses, keamanan transaksi, dan fitur interaktif, diyakini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks pembelian produk fashion online, kualitas sistem yang baik diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, serta kepuasan pengguna.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem TikTok Shop terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion online. Data penelitian berupa data numerik yang diperoleh dari persepsi responden dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online kepada pengguna TikTok Shop yang pernah melakukan pembelian produk fashion.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna TikTok Shop di Indonesia yang pernah melakukan pembelian produk fashion secara online.

Sampel penelitian berjumlah 58 responden, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden pernah melakukan transaksi pembelian produk fashion melalui TikTok Shop. Jumlah sampel tersebut dianggap memadai untuk analisis data dalam penelitian kuantitatif dengan regresi linier sederhana.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pernah melakukan pembelian produk fashion melalui TikTok Shop.
2. Pernah menggunakan atau berinteraksi dengan fitur yang tersedia di TikTok Shop, seperti melihat konten produk atau *live shopping*.

2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik ini dipilih karena tidak semua pengguna TikTok memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Dengan purposive sampling, responden yang dipilih dianggap mampu memberikan informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menilai kualitas sistem TikTok Shop dan tingkat kepuasan pelanggan.

2.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Kuesioner terdiri dari 10 pernyataan, yang terbagi ke dalam dua variabel, yaitu kualitas sistem dan kepuasan pelanggan.

Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert 4 poin, dengan tujuan untuk menghindari jawaban netral dan memperoleh sikap responden yang lebih tegas.

Tabel 1. Instrumen Penelitian Skala Likert

Skor	Kategori Jawaban
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarluaskan kepada responden menggunakan media sosial dan komunitas online. Kuesioner diisi secara mandiri oleh responden sesuai dengan pengalaman mereka dalam menggunakan TikTok Shop untuk pembelian produk fashion.

Selain itu, pengalaman salah satu anggota kelompok sebagai host live untuk salah satu brand tas digunakan sebatas ilustrasi pendukung, dan tidak dijadikan sebagai data utama penelitian.

2.6 Teknik dan Alat Analisis Data

Data mentah kuesioner diperoleh melalui Google Form dan diolah menggunakan software SPSS versi 26 sehingga menghasilkan distribusi persentase dan nilai rata-rata pada masing-masing indikator penelitian.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan software SPSS versi 26. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Validitas, untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian.
2. Uji Reliabilitas, untuk memastikan konsistensi instrumen penelitian.
3. Analisis Deskriptif, untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban responden.
4. Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana, untuk mengukur pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan.

2.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan variabel penelitian secara terukur berdasarkan indikator dan item kuesioner, sehingga penelitian dapat direplikasi oleh peneliti lain.

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Kualitas Sistem TikTok Shop (X)	1. Kemudahan penggunaan aplikasi 2. Tampilan dan menu aplikasi 3. Stabilitas sistem 4. Kecepatan pencarian dan pemesanan 5. Keamanan sistem pembayaran	Likert 1–4	Bihantoro et al. (2024); Prestyasih & Hati (2025)
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kepuasan berbelanja 2. Kesesuaian dengan harapan 3. Pengalaman belanja 4. menyenangkan Kesediaan merekomendasikan 5. Niat beli ulang	Likert 1–4	Sari & Putra (2023); Prestyasih & Hati (2025)

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Teknik Analisis Data

Data penelitian diperoleh dari 58 responden melalui kuesioner dengan skala Likert 4 poin. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif untuk mengetahui persepsi responden terhadap kualitas sistem TikTok Shop dan kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion online.

Persentase jawaban responden dihitung menggunakan rumus:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

di mana:

P = persentase jawaban

f = frekuensi jawaban

n = jumlah responden

Selain itu, skor jawaban dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean) untuk melihat kecenderungan persepsi responden terhadap masing-masing indikator, dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum(f \times s)}{n}$$

di mana:

\bar{X} = nilai rata-rata

f = frekuensi jawaban

s = skor skala Likert

n = jumlah responden

Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 26, sehingga seluruh perhitungan dilakukan secara otomatis tanpa perhitungan manual.

3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Sistem (X)

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kualitas sistem pada aplikasi TikTok Shop disusun berdasarkan lima indikator utama, yaitu kemudahan penggunaan aplikasi, tampilan dan menu aplikasi, stabilitas sistem, kecepatan pencarian dan pemesanan, serta keamanan sistem pembayaran. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap kualitas sistem yang dirasakan selama melakukan transaksi pembelian produk fashion. Ringkasan distribusi jawaban responden untuk masing-masing indikator kualitas sistem disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Variabel Kualitas Sistem (X)

Indikator Kualitas Sistem	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Sangat Tidak Setuju (%)
Kemudahan penggunaan aplikasi	63,8	34,5	1,7	-
Tampilan dan menu aplikasi	53,4	43,1	3,4	-
Stabilitas sistem	25,9	53,4	15,5	5,2
Kecepatan pencarian dan pemesanan	39,7	60,3	-	-
Keamanan sistem pembayaran	36,2	63,8	-	-

3.3 Kemudahan Penggunaan Aplikasi

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden menilai aplikasi TikTok Shop mudah digunakan saat mencari produk fashion. Sebanyak 98,3% responden menyatakan *setuju* dan *sangat setuju* (63,8% sangat setuju; 34,5% setuju), sedangkan 1,7% responden (1 orang) menyatakan *tidak setuju*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi kekuatan utama sistem TikTok Shop.

3.4 Tampilan dan Menu Aplikasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa 96,5% responden memberikan penilaian positif terhadap tampilan dan menu aplikasi (53,4% sangat setuju; 43,1% setuju). Sementara itu, 3,4% responden (2 orang) menyatakan *tidak setuju*. Hal ini mengindikasikan bahwa desain visual dan struktur menu telah membantu pengguna dalam menjelajahi produk fashion secara efisien.

3.5 Stabilitas Sistem

Pada indikator stabilitas sistem, 79,3% responden menyatakan *setuju* dan *sangat setuju* bahwa TikTok Shop jarang mengalami gangguan atau *error* (25,9% sangat setuju; 53,4% setuju). Namun, 20,7% responden (12 orang) menyatakan *tidak setuju* dan *sangat tidak setuju*, menunjukkan masih adanya kendala teknis yang perlu ditingkatkan.

3.6 Kecepatan Pencarian dan Pemesanan

Seluruh responden (100%) memberikan penilaian positif terhadap kecepatan pencarian dan pemesanan (39,7% sangat setuju; 60,3% setuju). Temuan ini menunjukkan bahwa sistem mampu memproses permintaan pengguna dengan cepat dan mendukung kenyamanan belanja online.

3.7 Keamanan Sistem Pembayaran

Indikator keamanan sistem pembayaran memperoleh penilaian sangat positif, dengan 100% responden menyatakan *setuju* dan *sangat setuju* (36,2% sangat setuju; 63,8% setuju). Hal ini mencerminkan tingkat kepercayaan pengguna yang tinggi terhadap keamanan transaksi TikTok Shop.

3.8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Analisis deskriptif variabel kepuasan pelanggan disajikan berdasarkan lima indikator utama. Ringkasan distribusi jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator Kualitas Sistem	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Sangat Tidak Setuju (%)
Kepuasan berbelanja	41,4	55,2	1,7	1,7
Kesesuaian dengan harapan	35,1	57,9	7,0	-
Pengalaman belanja menyenangkan	36,2	62,1	1,7	-
Kesediaan merekomendasikan	44,8	55,2	-	-
Niat beli ulang	36,2	62,1	1,7	-



3.9 Kepuasan Berbelanja Produk Fashion

Sebanyak 96,6% responden menyatakan puas berbelanja produk fashion melalui TikTok Shop (41,4% sangat setuju; 55,2% setuju). Hanya 3,4% responden (2 orang) yang menyatakan *tidak setuju* dan *sangat tidak setuju*, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi.

3.10 Kesesuaian Kualitas Sistem dengan Harapan Pengguna

Mayoritas responden menilai kualitas sistem sesuai dengan harapan, dengan 93% responden menyatakan *setuju* dan *sangat setuju* (35,1% sangat setuju; 57,9% setuju). Sebanyak 7% responden (4 orang) menyatakan *tidak setuju*. Satu responden tidak memberikan jawaban pada item ini.

3.11 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem TikTok Shop berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion online. Penilaian tinggi pada aspek kemudahan penggunaan, tampilan aplikasi, kecepatan sistem, dan keamanan transaksi menunjukkan bahwa sistem TikTok Shop telah mampu mendukung pengalaman belanja yang nyaman dan aman.

Temuan ini sejalan dengan model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean yang menyatakan bahwa kualitas sistem yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna. Tingginya kesediaan responden untuk merekomendasikan TikTok Shop serta niat beli ulang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpotensi membentuk loyalitas pengguna pada platform *social commerce*.

4. IMPLEMENTASI

Implementasi penelitian dilakukan melalui pengolahan data kuesioner menggunakan software SPSS versi 26. Tahapan implementasi meliputi input data responden, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, serta analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan.

4.1 Pengalaman Belanja *Fashion Online*

Sebanyak 98,3% responden menyatakan bahwa TikTok Shop memberikan pengalaman belanja fashion online yang menyenangkan (36,2% sangat setuju; 62,1% setuju), sedangkan 1,7% responden (1 orang) menyatakan *tidak setuju*. Hasil ini menunjukkan pengalaman belanja yang sangat positif.

4.2 Kesediaan Merekendasikan *TikTok Shop*

Seluruh responden (100%) menyatakan *setuju* dan *sangat setuju* untuk merekomendasikan TikTok Shop (44,8% sangat setuju; 55,2% setuju). Hal ini mencerminkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan yang sangat tinggi.

4.3 Niat Beli Ulang Produk Fashion

Sebanyak 98,3% responden menyatakan memiliki niat beli ulang (36,2% sangat setuju; 62,1% setuju), sementara 1,7% responden (1 orang) menyatakan *tidak setuju*. Temuan ini menunjukkan potensi loyalitas pelanggan yang kuat.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas sistem TikTok Shop sangatlah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian produk fashion online. Aspek kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan akses, stabilitas sistem, dan keamanan transaksi berperan dalam membentuk pengalaman belanja yang positif bagi pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas sistem merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan potensi loyalitas pelanggan pada *platform social commerce*.



5.2 Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kualitas layanan, promosi, kepercayaan, atau persepsi harga, agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penggunaan jumlah responen yang lebih besar atau penerapan metode analisis yang berbeda dapat dilakukan untuk memperkuat dan memperluas temuan penelitian.

REFERENCES

- Ananda Putri Aisyah, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E – Commerce Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Konsumen. *Sains Komunikasi Unida*.
- Novita Christina Hutapea, E. H. (2024). PENGARUH SISTEM INFORMASI, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI E-COMMERCE TIKTOK. *Journal of Science and Social Research*, 968 – 973.
- Prita Dellia, H. B. (2025). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TIKTOK SHOP MENGGUNAKAN METODE PIECES FRAMEWORK. *ZONAsi Jurnal Sistem Informasi*, 676-687.Dellia, P., Basri, H., Dewi, E. P., Syahrina, W. N. M., & Khotimah, B. H. (n.d.). *ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TIKTOK SHOP MENGGUNAKAN METODE PIECES FRAMEWORK*.
- The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. (2003). *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>