

# EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA MENGGUNAKAN *SYSTEM USABILITY SCALE* (SUS) DAN *SINGLE EASE QUESTION* (SEQ) PADA FITUR *LIVE SHOPPING* : STUDI KASUS SHOPEE DAN TIKTOK

Rakhmat Mukti Wibowo<sup>1</sup>, Irmma Dwijayanti<sup>2</sup>, Aris Wahyu Murdiyanto<sup>3</sup>

## INTISARI

**Latar Belakang:** Shopee *Live* dan TikTok *Live Shop* adalah fitur *live shopping* populer di Indonesia yang menawarkan pengalaman belanja interaktif secara *real-time*. Namun, aspek *usability* dan kemudahan penggunaan kedua fitur ini belum banyak dievaluasi secara mendalam. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi pengalaman pengguna guna memastikan fitur tersebut memenuhi kebutuhan pengguna.

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur *live shopping* di Shopee *Live* dan TikTok *Live Shop* dengan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dan *Single Ease Question* (SEQ). Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat kegunaan serta kemudahan penggunaan berdasarkan persepsi langsung dari pengguna.

**Metode Penelitian:** Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner SUS dan SEQ kepada 106 responden yang pernah menggunakan salah satu atau kedua fitur *live shopping*. Analisis data dilakukan untuk mengukur aspek *usability* dan kemudahan menyelesaikan tugas tertentu.

**Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee *Live* memperoleh skor SUS sebesar 67,13 (kategori *Good*) dan skor SEQ sebesar 6,37, sedangkan TikTok *Live Shop* memperoleh skor SUS sebesar 57,92 (kategori *OK*) dan skor SEQ sebesar 6,24. Hasil ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan Shopee *Live* dinilai memiliki *usability* dan kemudahan penggunaan yang sedikit lebih baik dibandingkan TikTok *Live Shop*. Aspek *satisfaction* menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pengguna.

**Kesimpulan:** Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kedua fitur *live shopping* memiliki tingkat *usability* yang cukup baik dan diterima oleh pengguna, sehingga dapat menjadi dasar untuk peningkatan kualitas dan kepuasan pengguna.

**Kata-kunci:** Shopee *Live*, TikTok *Live Shop*, *Live Shopping*, *Usability*, *System Usability Scale* (SUS), *Single Ease Question* (SEQ), Pengalaman Pengguna.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Dosen Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>3</sup>Dosen Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

**USER EXPERIENCE EVALUATION USING SYSTEM USABILITY SCALE (SUS) AND SINGLE EASE QUESTION (SEQ) ON THE LIVE SHOPPING FEATURE: A CASE STUDY OF SHOPEE AND TIKTOK**

Rakhmat Mukti Wibowo<sup>1</sup>, Irmma Dwijayanti<sup>2</sup>, Aris Wahyu Murdiyanto<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

**Background:** Shopee Live and TikTok Live Shop are popular live shopping features in Indonesia that offer an interactive, real-time shopping experience. However, the usability and ease of use of these features have not been thoroughly evaluated. Therefore, a user experience evaluation is needed to ensure these features meet user needs.

**Objective:** This study aims to evaluate the user experience of live shopping features on Shopee Live and TikTok Live Shop using the System Usability Scale (SUS) and Single Ease Question (SEQ) methods. The evaluation was conducted to measure usability and task ease based on direct user perception.

**Method:** This research used a quantitative approach by distributing SUS and SEQ questionnaires to 106 respondents who had used one or both live shopping features. Data analysis was carried out to assess usability and task completion ease.

**Result:** The results showed that Shopee Live received a SUS score of 67.13 (Good category) and a SEQ score of 6.37, while TikTok Live Shop received a SUS score of 57.92 (OK category) and a SEQ score of 6.24. Overall, Shopee Live was perceived to have slightly better usability and ease of use compared to TikTok Live Shop. Satisfaction was found to be the most dominant factor influencing user decisions.

**Conclusion:** The evaluation results indicate that both live shopping features have a reasonably good level of usability and are well-received by users, serving as a basis for improving quality and user satisfaction.

**Keywords:** Shopee Live, TikTok Live Shop, Live Shopping, Usability, System Usability Scale (SUS), Single Ease Question (SEQ), User Experience.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Dosen Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>3</sup>Dosen Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta