

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 RINGKASAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap fitur *Live Shopping* pada aplikasi Shopee *Live* dan TikTok *Live Shop* dengan menggunakan metode SUS dan SEQ sebagai instrumen pengukuran. Data diperoleh dari 106 responden melalui penyebaran kuesioner daring. Setelah melalui proses evaluasi *usability*, data dianalisis berdasarkan lima aspek utama dalam *usability*, yaitu *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Error*, dan *Satisfaction*.

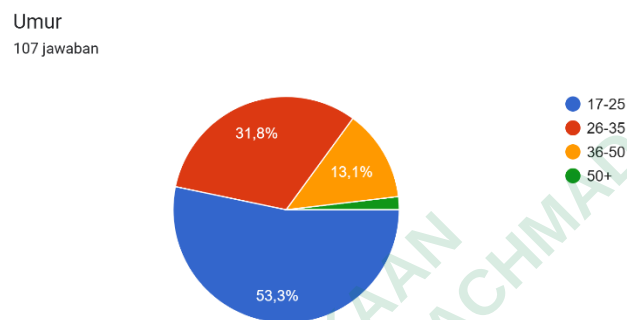
Hasil analisis menunjukkan bahwa Shopee *Live* memiliki tingkat *usability* yang lebih baik dibandingkan TikTok *Live Shop*, dengan skor SUS masing-masing 67,13 (kategori *Good*) dan 57,92 (kategori *OK*). Dari analisis SEQ, Shopee mencatat nilai rata-rata 6,37, sedangkan TikTok memperoleh skor 6,24, yang menunjukkan perbedaan kecil namun konsisten dalam persepsi kemudahan penggunaan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa Shopee *Live* dinilai lebih mudah digunakan dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan dibandingkan TikTok *Live Shop*, meskipun keduanya tetap menunjukkan potensi positif dalam fitur belanja langsung. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa aspek kepuasan (*Satisfaction*) menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan pengguna untuk melakukan pembelian selama sesi live, serta menjadi perhatian penting bagi pengembang dalam meningkatkan kualitas fitur dan daya saing melalui inovasi serta perbaikan berkelanjutan.

4.2 PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online*, yang berlangsung dari tanggal 4 hingga 18 Mei 2025. Kuesioner disebar kepada responden dengan kriteria tertentu, yaitu berusia minimal 17 tahun dan pernah menggunakan fitur *Live Shopping* pada aplikasi

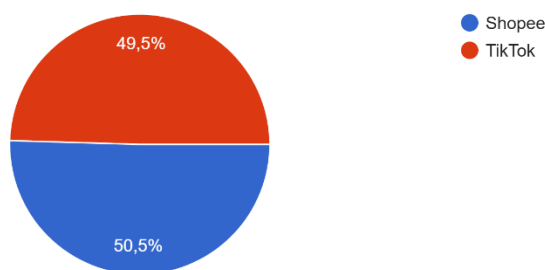
Shopee atau TikTok. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui grup Facebook yang memiliki anggota sesuai dengan kriteria responden penelitian. Pemilihan media ini bertujuan untuk menjangkau target responden secara lebih luas dan efisien. Kuesioner ini berhasil mengumpulkan total 106 jawaban dari kedua aplikasi dengan berbagai kelompok usia.



Gambar 4.1 Rentang umur responden

Hasil rekapitulasi pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 17–25 tahun, yakni sebesar 53,3% atau sebanyak 57 orang. Hal ini mengindikasikan dominasi pengguna usia muda dalam memanfaatkan fitur *live shopping*. Kelompok usia 26–35 tahun menempati urutan kedua dengan persentase 31,8% atau 34 orang, disusul oleh kelompok usia 36–50 tahun sebanyak 13,1% atau 14 orang. Responden berusia di atas 50 tahun hanya menyumbang 1,9% atau 2 orang dari total keseluruhan. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna fitur *live shopping* berada pada rentang usia produktif muda hingga dewasa awal.

Pilih salah satu aplikasi yang sering/pernah Anda gunakan untuk Live Shopping.
107 jawaban



Gambar 4.2 Presentase aplikasi *live shopping*

Terdapat gambar yang menunjukkan presentase aplikasi *live shopping* yang sering digunakan seperti pada Gambar 4.2. Pada kuesioner yang disebarkan responden/peserta diminta memilih salah satu aplikasi yang paling sering atau pernah mereka gunakan untuk melakukan aktivitas *Live Shopping*, yaitu antara Shopee dan TikTok. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa preferensi pengguna terhadap kedua platform ini cukup seimbang. Sebanyak 50,5% responden memilih Shopee sebagai platform yang sering atau pernah mereka gunakan, sementara 49,5% lainnya memilih TikTok. Persentase ini mencerminkan bahwa kedua aplikasi memiliki daya tarik yang hampir setara dalam menyediakan pengalaman berbelanja secara langsung melalui fitur *live shopping*, meskipun Shopee sedikit lebih unggul dari TikTok.

4.3 ANALISIS DATA SUS

4.3.1 Analisis Data SUS Shopee *Live*

Penelitian ini telah mendapatkan responden sebanyak 53 orang yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini, metode SUS digunakan sebagai pendekatan sederhana untuk mengevaluasi tingkat *usability* dari aplikasi yang diteliti yaitu Shopee. Metode ini terdiri dari sepuluh pernyataan yang dirancang untuk memberikan gambaran umum mengenai sejauh mana sistem memenuhi tujuan kebergunaannya. Selanjutnya, hasil dari kuesioner ini diolah

untuk memperoleh nilai SUS sebagai dasar analisis tingkat kepuasan dan kemudahan penggunaan sistem.

Berikut merupakan hasil penilaian dari 53 orang responden dengan skala 5 poin terhadap aplikasi Shopee yang tercantum dalam Tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.1 Skor Penilaian Responden Shopee

Responden	Skor SUS Shopee									
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3
2	4	4	5	2	5	3	4	3	4	3
3	4	3	5	2	4	3	4	2	5	4
4	5	1	5	2	5	1	5	1	5	1
5	4	3	5	2	4	3	5	2	5	3
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3
50	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4
51	5	3	4	3	5	4	3	3	4	3
52	5	3	4	3	4	2	4	2	5	4
53	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3

Tabel 4.1 menunjukkan hasil penilaian yang diberikan oleh responden terhadap aplikasi Shopee. Sebanyak 53 responden berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, di mana masing-masing responden menjawab 10 pernyataan dengan menggunakan skala *Likert* 1 sampai 5. Dalam perhitungan skor SUS, terdapat aturan khusus: untuk pernyataan dengan nomor ganjil (1, 3, 5, 7, dan 9), skor dikurangi 1; sedangkan untuk pernyataan dengan nomor genap (2, 4, 6, 8, dan 10), nilai akhir diperoleh dengan mengurangkan skor dari angka 5. Setelah semua skor dikonversi, jumlah total dari seluruh pernyataan kemudian dikalikan dengan 2,5 untuk mendapatkan skor akhir SUS dari setiap individu responden. Setelah data responden dikumpulkan, Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan SUS

Tabel 4.2 Hasil perhitungan SUS Shopee

Responden	Hasil Skor SUS Shopee										Total	Nilai (jumlah x 2.5)
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
1	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	30	75
2	3	1	4	3	4	2	3	2	3	2	27	68
3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	1	28	70
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	98
5	3	2	4	3	3	2	4	3	4	2	30	75
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	26	65
50	4	1	4	2	3	2	3	2	3	1	25	63
51	4	2	3	2	4	1	2	2	3	2	25	63
52	4	2	3	2	3	3	3	3	4	1	28	70
53	4	1	4	2	4	2	4	2	4	2	29	73
Skor rata-rata (Hasil Akhir)											67.31	
Keterangan Hasil											Good	

Berdasarkan Tabel 4.2, interpretasi skor SUS menunjukkan bahwa nilai 67,31 yang diperoleh dari kuesioner terhadap aplikasi Shopee berada pada kategori *Marginal High* dalam rentang *Acceptability Ranges*, yang berarti aplikasi ini hampir masuk ke dalam kategori layak digunakan, namun masih berada pada batas atas zona ragu-ragu. Jika dilihat dari *Grade Scale*, skor tersebut setara dengan nilai D, yang menunjukkan bahwa tingkat kegunaan aplikasi dinilai cukup tetapi belum optimal. Sementara itu, pada *Adjective Ratings*, skor 67,31 masuk dalam kategori *Good*, yang menggambarkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap pengalaman penggunaan aplikasi. Dengan demikian, meskipun aplikasi Shopee dinilai cukup baik dan dapat diterima oleh pengguna, masih terdapat ruang untuk perbaikan agar dapat meningkatkan skor ke tingkat yang lebih tinggi dan masuk ke dalam kategori “*Acceptable*” secara penuh.

Setelah dilakukan perhitungan skor SUS pada aplikasi Shopee, langkah selanjutnya adalah mengelompokkan hasil ke dalam lima aspek *usability*, yaitu *Satisfaction*, *Learnability*, *Efficiency*, *Error*, dan *Memorability*, guna mengetahui aspek mana yang paling menonjol berdasarkan persepsi pengguna. Masing-masing aspek dianalisis berdasarkan skor dari pernyataan-pernyataan SUS yang terkait.

Tabel 4.3 berikut menunjukkan hasil pengelompokan dan perhitungan skor untuk kelima aspek *usability* berdasarkan 10 pernyataan dalam kuesioner SUS:

Tabel 4.3 Hasil Skor Aspek *Usability* Shopee

Hasil Skor Aspek <i>Usability</i> Shopee										
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Jumlah	187	99	186	100	180	98	174	126	185	92
Nilai Jumlah*2.5	467.5	247.5	465	250	450	245	435	315	462.5	230

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa pernyataan Q1 memperoleh skor tertinggi dibandingkan pernyataan lainnya. Pernyataan ini berkaitan dengan aspek *Satisfaction*, yang dalam konteks ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki niat untuk menggunakan kembali fitur *Live Shopping* di aplikasi Shopee. Tingginya skor pada pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai fitur tersebut cukup berguna dan layak untuk digunakan secara berulang dalam aktivitas belanja mereka. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, pengguna memiliki kesan positif terhadap tampilan antarmuka, kemudahan akses, dan pengalaman penggunaan secara keseluruhan.

Sebaliknya, skor terendah diperoleh pada Q10, yang termasuk dalam aspek *Learnability*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna merasa puas secara keseluruhan, masih terdapat sedikit kendala atau kebingungan ketika mereka diminta untuk mempelajari atau mengingat kembali cara menggunakan fitur tertentu dalam aplikasi, terutama jika mereka tidak menggunakannya secara rutin.

4.3.2 Analisis Data SUS TikTok Live

Penelitian ini juga telah mengumpulkan data dari sebanyak 53 responden yang telah menggunakan fitur TikTok *Live Shopping*. Metode SUS digunakan sebagai pendekatan sederhana untuk mengevaluasi tingkat *usability* dari aplikasi TikTok yang diteliti. Selanjutnya, hasil dari kuesioner ini diolah untuk memperoleh nilai SUS sebagai dasar analisis tingkat kepuasan dan kemudahan penggunaan sistem.

Berikut merupakan hasil penilaian dari responden dengan skala 5 poin terhadap aplikasi TikTok yang tercantum dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Skor Penilaian Responden TikTok

Responden	Skor SUS TikTok									
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	5	4	5	1	4	2	4	2	4	4
2	5	3	5	3	4	4	5	2	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	3	5	3	4	5
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	4	3	5	3	4	3	5	3	5	4
50	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4
51	5	4	3	4	5	4	4	3	5	5
52	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5
53	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4

Tabel 4.4 di atas menyajikan hasil penilaian yang diberikan terhadap fitur *Live Shopping* pada aplikasi TikTok, menggunakan instrumen SUS. Masing-masing responden diminta untuk menjawab 10 pernyataan dengan menggunakan skala Likert 1–5. Setiap baris dalam tabel mewakili satu responden, sedangkan kolom Q1 hingga Q10 menunjukkan jawaban responden untuk setiap pertanyaan SUS. Misalnya, Responden 1 memberikan skor 5 untuk Q1, 4 untuk Q2, dan

seterusnya. Hal serupa juga berlaku untuk responden lainnya hingga Responden ke-53.

Selanjutnya, hasil penyesuaian tersebut akan dijumlahkan, dikalikan dengan 2,5 untuk mendapatkan skor SUS dari masing-masing responden, yang kemudian dirata-ratakan untuk memperoleh nilai *usability* keseluruhan dari fitur *TikTok Live Shopping*.

Tabel 4.5 Hasil Perhitungan SUS TikTok

Responden	Hasil Skor SUS TikTok										Total	Nilai (jumlah x 2.5)
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
1	4	1	4	4	3	3	3	3	3	1	29	73
2	4	2	4	2	3	1	4	3	4	1	28	70
3	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0	20	50
4	3	2	3	1	4	2	4	1	3	0	23	58
5	3	0	4	1	4	2	4	2	3	0	23	58
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	3	2	4	2	3	2	4	2	4	1	27	68
50	4	1	3	1	4	1	3	2	4	1	24	60
51	4	1	2	1	4	1	3	2	4	0	22	55
52	4	2	4	1	4	1	4	1	3	0	24	60
53	4	1	3	2	4	1	3	2	4	1	25	63
Skor rata-rata (Hasil Akhir)												57.92
Keterangan Hasil												Ok

Tabel 4.5 menunjukkan hasil perhitungan SUS untuk aplikasi TikTok yang diperoleh dari sejumlah responden yang telah menjawab. Setiap jawaban responden kemudian diolah dengan cara dijumlahkan dan dikalikan 2,5 untuk mendapatkan skor akhir. Sebagai contoh, responden pertama memperoleh skor total 29 sehingga nilai akhir yang diperoleh adalah 73, sedangkan responden lain memiliki variasi

skor yang berkisar antara 50 hingga 73. Setelah seluruh data dari 53 responden dihitung, diperoleh skor rata-rata sebesar 57,92.

Berdasarkan hasil tersebut, skor ini jika disesuaikan dengan skala interpretasi SUS berada pada kategori marginal rendah (*marginal low*) dalam *acceptability range*, yang berarti aplikasi TikTok belum sepenuhnya layak digunakan dan masih berada dalam zona yang dipertimbangkan atau diragukan. Jika dilihat dari *grade scale*, skor ini setara dengan nilai D, yang mencerminkan bahwa aspek kegunaan aplikasi masih tergolong rendah dan perlu ditingkatkan. Sedangkan dalam *adjective ratings*, skor 57,92 termasuk ke dalam kategori OK, yang menandakan bahwa aplikasi dianggap cukup baik oleh pengguna meskipun belum memberikan pengalaman penggunaan yang optimal.

Setelah skor SUS dari responden aplikasi TikTok *Live Shopping* dihitung, analisis dilanjutkan dengan mengelompokkan hasil ke dalam lima aspek *usability* utama, yakni *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Error*, dan *Satisfaction*. Setiap pernyataan dalam SUS mencerminkan salah satu dari aspek tersebut, sehingga pengelompokan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana tiap aspek berkontribusi terhadap pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Tabel 4.6 di bawah ini menampilkan hasil pengelompokan dan rata-rata skor dari masing-masing aspek *usability* berdasarkan 10 pernyataan SUS:

Tabel 4.6 Hasil Skor Aspek *Usability* TikTok

Hasil Skor Aspek <i>Usability</i> TikTok										
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Jumlah	185	60	184	70	187	59	178	71	193	41
Nilai Jumlah*2. 5	462.5	150	460	175	467.5	147.5	445	177.5	482.5	102.5

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 9, diketahui bahwa Q9 mendapatkan skor paling tinggi di antara seluruh pernyataan. Pernyataan ini termasuk dalam aspek *Satisfaction*, yang dalam konteks ini lebih merujuk pada tingkat keyakinan pengguna dalam menggunakan sistem. Tingginya skor pada Q9 menunjukkan

bahwa pengguna merasa percaya diri dalam mengoperasikan fitur TikTok *Live Shopping*, yang menjadi indikator positif terhadap kemudahan dan keterandalan fitur tersebut dari sudut pandang pengguna. Meskipun aspek ini dikategorikan sebagai *satisfaction*, pernyataan tersebut lebih mencerminkan rasa yakin daripada rasa puas atau nyaman secara emosional.

Sementara itu, skor terendah ditemukan pada Q10, yang termasuk dalam aspek *Learnability*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung mengalami sedikit kesulitan saat harus menggunakan kembali fitur tersebut setelah tidak mengaksesnya dalam beberapa waktu.

4.4 ANALISIS DATA SEQ

4.4.1 Analisis Data SEQ Shopee Live

Analisis SEQ pada aplikasi Shopee dilakukan untuk mengevaluasi kemudahan pengguna dalam menyelesaikan tugas pada fitur *Live Shopping*. Data diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner setelah menyelesaikan tugas. Tugas yang dimaksud melibatkan beberapa langkah, yaitu membuka aplikasi Shopee, mengakses fitur Shopee *Live Shopping*, memilih salah satu siaran langsung, menambahkan produk ke keranjang, dan melanjutkan ke tahap *checkout* hingga konfirmasi pesanan (tanpa menyelesaikan pembayaran). Setelah menyelesaikan langkah-langkah tersebut, responden diminta memberikan penilaian terhadap tingkat kemudahan penggunaan fitur secara keseluruhan. Data SEQ yang telah dikumpulkan dari seluruh responden ditampilkan dalam tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7 Skor SEQ Shopee

Skor SEQ Shopee		
No	Responden	Task 1
1	Responden 1	7
2	Responden 2	6
3	Responden 3	7
4	Responden 4	7
5	Responden 5	7
...	...	...
...	...	...
49	Responden 49	7
50	Responden 50	7
51	Responden 51	7
52	Responden 52	6
53	Responden 53	7
Jumlah		338
Nilai (Jumlah/Total Responden)		6.37

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa pada penelitian ini diperoleh data responden setelah mereka menyelesaikan tugas yang diberikan pada fitur Shopee *Live Shopping*. Berdasarkan tabel diatas, jumlah total skor SEQ yang diperoleh adalah 338. Skor SEQ kemudian dihitung menggunakan rumus $SEQ = \text{jumlah skor seluruh responden} / \text{jumlah responden}$, sehingga diperoleh nilai rata-rata SEQ sebesar 6,37.

Nilai SEQ sebesar 6,37 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa tugas yang diberikan mudah untuk diselesaikan. Berdasarkan grafik interpretasi SEQ, skor ini berada pada rentang persentil 90%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fitur Shopee *Live Shopping* memiliki tingkat *usability* yang tinggi. Pada rentang persentil ini pula, tingkat keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas atau *task completion rate* rata-rata 90%, dan waktu

penyelesaian tugas (*task time*) relatif cepat, sekitar 1,6 menit. Oleh karena itu, nilai SEQ ini mengindikasikan bahwa fitur yang diuji mudah digunakan, efisien, dan memberikan pengalaman pengguna yang positif.

4.4.2 Analisis Data SEQ TikTok Live

Evaluasi SEQ pada aplikasi TikTok juga dilakukan untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap tingkat kemudahan dalam menjalankan tugas yang berkaitan dengan fitur *Live Shopping*.

Tugas yang diberikan kepada responden meliputi: membuka aplikasi TikTok, mengakses fitur TikTok *Live Shopping*, memilih salah satu siaran langsung penjualan, menambahkan produk ke keranjang belanja, lalu melanjutkan ke proses *checkout* hingga tahap konfirmasi pesanan (tanpa perlu menyelesaikan pembayaran). Setelah menyelesaikan tahapan tersebut, responden memberikan penilaian atas seberapa mudah proses tersebut dijalankan secara keseluruhan.

Contoh data SEQ yang telah diperoleh dari para responden dapat dilihat pada tabel 4.8 yang dimana seluruh skor yang diperoleh kemudian diakumulasi dan dihitung rata-ratanya.

Tabel 4.8 Skor SEQ TikTok

Skor SEQ TikTok		
No	Responden	Task 1
1	Responden 1	6
2	Responden 2	7
3	Responden 3	7
4	Responden 4	6
5	Responden 5	6
...	...	...
...	...	...
49	Responden 49	6
50	Responden 50	5
51	Responden 51	6
52	Responden 52	5
53	Responden 53	6
Jumlah		331
Nilai (Jumlah/Total Responden)		6.24

Berdasarkan Tabel 4.8, seluruh nilai SEQ dijumlahkan dan menghasilkan total skor sebesar 331. Nilai ini kemudian dihitung rata-ratanya menggunakan rumus SEQ, yaitu jumlah seluruh skor dibagi dengan jumlah responden. Hasil perhitungannya menunjukkan nilai SEQ sebesar 6,24. Angka ini mencerminkan bahwa pengguna secara umum merasa bahwa tugas yang diberikan tergolong mudah untuk diselesaikan.

Berdasarkan skala interpretasi SEQ yang mencakup *SEQ Raw Score*, *Percentile Rank*, *Task Completion Rate*, dan *Task Time*, skor 6,24 berada pada rentang 80% hingga 89%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna tergolong tinggi. Pada rentang tersebut, rata-rata tingkat penyelesaian tugas (*task completion rate*) berada di kisaran 87%–90%, yang berarti sebagian besar pengguna mampu menyelesaikan tugas dengan lancar. Sementara

itu, waktu rata-rata yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas (*task time*) berada di angka 1,7 hingga 1,8 menit, yang mengindikasikan proses penggunaan yang cepat dan efisien. Secara keseluruhan, skor SEQ sebesar 6,24 menunjukkan bahwa fitur TikTok *Live Shopping* cukup mudah digunakan, dengan tingkat keberhasilan yang tinggi serta memberikan pengalaman pengguna yang positif.

4.5 HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil evaluasi *usability* menggunakan metode SUS menunjukkan bahwa fitur *Live Shopping* pada Shopee dan TikTok memiliki perbedaan tingkat kegunaan. Shopee memperoleh skor 67,13 dalam kategori “Good”, menandakan bahwa fitur cukup mudah digunakan dan memberikan pengalaman yang baik meski masih perlu ditingkatkan dari sisi konsistensi dan efisiensi. Sementara itu, TikTok *Live Shop* mendapatkan skor 57,92, masuk dalam kategori “OK”, yang menunjukkan masih adanya tantangan dalam navigasi dan pemahaman fitur oleh pengguna.

Kemudahan dalam menyelesaikan tugas juga diukur melalui metode SEQ. Shopee memperoleh skor SEQ rata-rata 6,37, dengan *percentile rank* 80–89%, tingkat penyelesaian tugas sekitar 90%, dan waktu penyelesaian 1,6 menit. Sebaliknya, TikTok mencatat skor SEQ sebesar 6,24, dengan *percentile rank* 70–79%, *task completion rate* sekitar 87%, dan waktu 1,7–1,8 menit. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna Shopee sedikit lebih mudah dalam menggunakan fitur dibandingkan pengguna TikTok.

Dari lima aspek *usability*, *Satisfaction* menjadi aspek paling dominan pada kedua platform. Pada Shopee, pernyataan nomor 1 menunjukkan skor tertinggi, yang mencerminkan adanya kecenderungan pengguna untuk menggunakan kembali fitur ini di masa mendatang. Pada TikTok, pernyataan nomor 9 memperoleh skor tertinggi, menunjukkan keyakinan pengguna dalam mengoperasikan fitur *Live Shopping*. Namun, aspek *Learnability* menjadi yang paling lemah, terlihat dari skor terendah pada pernyataan nomor 10 di kedua aplikasi, yang mengindikasikan pengguna cenderung mengalami kesulitan ketika

harus mengingat kembali cara penggunaan fitur setelah tidak digunakan dalam waktu tertentu.

Menurut cakupan fokus penelitian, topik mengenai evaluasi *usability* pada fitur *Live Shopping* di Shopee dan TikTok sudah sesuai dengan tren kebutuhan pengguna dalam ekosistem digital saat ini. Fitur ini menjadi strategi penting dalam mendorong interaksi langsung dan keputusan pembelian cepat. Penggunaan metode SUS dan SEQ dinilai tepat, karena mampu memberikan gambaran menyeluruh dan fokus. SUS mengevaluasi *usability* dari berbagai aspek, sedangkan SEQ menangkap persepsi kemudahan penyelesaian tugas secara langsung. Kombinasi keduanya memberikan hasil yang kuat dalam menjelaskan pengalaman pengguna.

Terdapat beberapa keterbatasan, jumlah responden yang terbatas belum sepenuhnya mewakili seluruh pengguna. Shopee dan TikTok secara umum. Selain itu, pengujian dilakukan dalam konteks simulasi, bukan pembelian nyata, sehingga hasil bisa berbeda jika diuji dalam situasi aktual. Evaluasi terhadap motivasi pengguna juga dilakukan secara tidak langsung, melalui aspek *Satisfaction*, yang belum sepenuhnya mencerminkan faktor emosional dalam pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, penelitian ini mampu menunjukkan bahwa kemudahan, kepuasan, dan efisiensi penggunaan fitur *Live Shopping* berperan penting dalam membentuk pengalaman pengguna. Hasil ini menjadi dasar untuk pengembangan layanan yang lebih responsif dan ramah pengguna ke depannya.