

Customer Satisfaction Index Pengguna Aplikasi Tiktok Shop di Kalangan Mahasiswa Dengan Metode Importance Performance Analysis

Subandi¹⁾, Luluk Priyanti²⁾, Endah Wening Budiningrum³⁾, Sarjita⁴⁾

^{1) 2) 3)}Prodi Manajemen, Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

⁴⁾Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa

Corresponding author:subandi@amayogyakarta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Customer Satisfaction Index Pengguna Aplikasi Tiktok Shop di Kalangan Mahasiswa Dengan Metode Importance Performance Analysis*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa salah satu kampus di Yogyakarta dengan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dengan bantuan aplikasi Bandistats. Hasil analisis diperoleh nilai *Customer Satisfaction index (CSI)* sebesar 90.00%. Berdasarkan kriteria kepuasan konsumen nilai tersebut berada di antara nilai 80 – 100 dengan kategori sangat puas.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Aplikasi Tiktok Shop*

PENDAHULUAN

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Dengan konsep video pendek yang kreatif dan algoritma berbasis kecerdasan buatan, TikTok mampu menarik miliaran pengguna dari berbagai kalangan. Aplikasi ini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pemasaran, edukasi, dan bahkan sebagai sumber pendapatan bagi para kreator konten. Kepopuleran TikTok semakin meningkat seiring dengan banyaknya fitur interaktif yang disediakan, seperti live streaming, kolaborasi duet, hingga fitur belanja langsung (Guarda, 2021).

Di Indonesia, mahasiswa menjadi salah satu segmen pengguna TikTok yang signifikan. Sebuah riset menunjukkan bahwa 92% mahasiswa sering membuka aplikasi TikTok. Intensitas penggunaan ini didorong oleh fitur-fitur yang beragam dan algoritma yang menyesuaikan konten sesuai minat pengguna. Mereka menggunakan platform ini untuk berbagai keperluan, mulai dari hiburan, pencarian informasi akademik, pengembangan keterampilan, hingga peluang bisnis digital. TikTok juga telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa dalam mengakses konten yang relevan dengan minat mereka. Namun, kepuasan mahasiswa sebagai pengguna TikTok masih menjadi aspek yang perlu dieksplorasi lebih dalam, mengingat adanya berbagai faktor yang mempengaruhi pengalaman mereka, seperti kualitas fitur, efektivitas algoritma rekomendasi, serta pengalaman penggunaan secara keseluruhan (Swathi, 2020).

TikTok telah menjadi platform media sosial yang sangat populer di Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif yang terus meningkat. Data dari Business of Apps menunjukkan bahwa pada kuartal II 2023, TikTok memiliki 1,5 miliar pengguna secara global, dengan kelompok usia 18-24 tahun sebagai pengguna terbesar, mencapai 34,9% dari total pengguna (Santika, 2023).

Mahasiswa menggunakan TikTok untuk berbagai keperluan, seperti hiburan, pencarian informasi akademik, pengembangan keterampilan, dan peluang bisnis digital. Mahasiswa menggunakan TikTok untuk berbagai keperluan, seperti hiburan, pencarian informasi akademik, pengembangan keterampilan, dan peluang bisnis digital. Platform ini juga memungkinkan mahasiswa untuk terhubung dengan komunitas yang memiliki minat serupa, memperluas jaringan sosial dan profesional mereka. Dengan berbagai fitur kreatif yang ditawarkan, TikTok menjadi alat yang efektif untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta mempromosikan proyek atau inisiatif yang dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. (Liu, 2023).

Penelitian yang pernah dilakukan mengidentifikasi komponen yang mempengaruhi kepuasan pengguna TikTok di kalangan mahasiswa dengan menggunakan teknik End User Computing Satisfaction (EUCS), yang mencakup lima aspek variabel: konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu (Novemnur, 2025). Penelitian lain menunjukkan bahwa motif penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa meliputi hiburan, informasi, dan interaksi social (Subagiyo & Aestetika, 2023). Studi lain menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur TikTok Shop. Persepsi kemudahan penggunaan menjelaskan 54,6% variansi keputusan penggunaan, sedangkan kualitas pelayanan menjelaskan 47,8%. Secara bersama-sama, kedua variabel ini menjelaskan 61,7% variansi keputusan penggunaan fitur.

Meskipun banyak penelitian telah membahas dampak TikTok dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan akademik, kajian mengenai tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur-fitur TikTok masih relatif terbatas, terutama di kalangan mahasiswa. Sebagian besar studi yang ada lebih berfokus pada aspek kecanduan media sosial, efektivitas pemasaran digital, atau dampak psikologis penggunaan TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut dengan menganalisis indeks kepuasan mahasiswa terhadap TikTok menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Metode ini akan membantu mengidentifikasi aspek-aspek yang dianggap penting oleh mahasiswa serta mengevaluasi sejauh mana TikTok mampu memenuhi harapan mereka. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi dan pemasar dalam meningkatkan pengalaman pengguna di platform TikTok.

TINJAUAN PUSTAKA

Aplikasi Tik-Tok

TikTok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan di Tiongkok pada September 2016 dengan nama Douyin. Versi internasionalnya, TikTok, diperkenalkan pada September 2017. Pada November 2017, ByteDance mengakuisisi Musical.ly, sebuah aplikasi berbasis lip-sync yang populer di kalangan remaja, terutama di Amerika Serikat dan Eropa. Pada Agustus 2018, Musical.ly resmi digabungkan dengan TikTok, yang kemudian mengalami pertumbuhan pesat secara global. Saat ini, TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia dengan miliaran unduhan dan pengguna aktif di berbagai negara. Aplikasi ini dikenal karena algoritmanya yang canggih dalam merekomendasikan konten yang relevan bagi penggunanya (Shi, 2020).

TikTok memiliki berbagai fitur yang menarik dan inovatif, antara lain: 1) For You Page (FYP) – Halaman utama yang menampilkan video-video yang dipersonalisasi berdasarkan

preferensi dan interaksi pengguna. 2) Efek dan Filter – Beragam filter, efek augmented reality (AR), dan fitur pengeditan video yang kreatif. 3) Duet & Stitch – Fitur untuk berkolaborasi dengan video pengguna lain atau mengedit video mereka dengan tambahan komentar atau reaksi. 4) Live Streaming – Pengguna dapat melakukan siaran langsung dan menerima virtual gifts dari penonton. 5) TikTok Shop – Fitur e-commerce yang memungkinkan pengguna membeli dan menjual produk langsung di aplikasi. 6) Sounds & Music Library – Koleksi lagu dan suara yang dapat digunakan sebagai latar belakang video. 7) Hashtag Challenge – Tantangan viral berbasis hashtag yang sering digunakan oleh merek untuk promosi dan keterlibatan komunitas. 8) Analytics & Creator Tools – Alat bagi kreator untuk memantau performa video dan interaksi pengguna. 9) TikTok Ads – Platform iklan untuk bisnis yang ingin menjangkau audiens lebih luas. 10) Mode Keamanan & Privasi – Fitur seperti batasan waktu layar, kontrol komentar, dan pengaturan privasi untuk melindungi pengguna.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau pengguna terhadap suatu produk atau layanan dengan membandingkan pentingnya suatu atribut (*importance*) dan kinerjanya (*performance*). Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Martilla (1977) dan sering digunakan dalam berbagai bidang seperti pemasaran, manajemen layanan, dan evaluasi kepuasan pelanggan (Sinaga, R., & Martinus, 2020).

Metode IPA adalah metode yang digunakan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas yang meningkatkan kualitas produk/layanan sebagai analisis kuadran. Dengan cara ini, pengukuran Level diperlukan untuk menentukan seberapa besar perasaan pelanggan mereka puas dengan kinerja perusahaan (Indrajaya, 2018). Metode IPA menawarkan beberapa keunggulan dibandingkan dengan cara lain. Atribut produk/layanan yang membutuhkan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dapat menunjukkan manfaat ini (Dian, 2015). Metode IPA adalah alat analisis atau penggunaan untuk membandingkan sejauh mana kinerja/layanan pengguna layanan dirasakan dibandingkan dengan kepuasan (Rosdiana, 2016).

Variabel yang dinilai pada metode IPA ialah tingkat kepentingan suatu atribut produk atau jasa bagi konsumen dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut. Menurut Budhiana, (2019) setiap kategori diagram IPA yaitu: Kuadran I (*Over-over-dislocated*): Atribut dalam kuadran ini dianggap cukup penting untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi kinerja atribut ini tidak memenuhi harapan konsumen yang menyebabkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, kinerja atribut kuadran harus ditingkatkan lagi. Quadrant II (*Keep up the good work*). Oleh karena itu, Anda perlu mempertahankan kinerja atribut dalam kuadran II. Kuadran III (*Low Priority*): atribut dalam kuadran ini tidak begitu penting bagi konsumen, dan kinerja atribut juga normal. Quadrant IV (*Concentrate Here*): Di kuadran ini, atribut dianggap lebih sedikit pengaruh pada kepuasan pelanggan, tetapi kinerja atribut terlalu berlebihan.

Customer Satisfaction index

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan sebuah metode untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat kinerja dan tingkat kepentingan dari atribut jasa pelayanan. merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Dengan menggunakan metode *Customer*

Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa yang diberikan (Umam, 2018). Berikut merupakan tingkat kepuasan konsumen

Tabel 1. Kriteria Kepuasan Konsumen

Nilai CSI (%)	Kriteria CSI
81 – 100	Sangat Puas
66 – 80.99	Puas
51 – 65.99	Cukup Puas
35 – 50.99	Kurang Puas
0 – 34.99	Tidak Puas

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Penelitian deskriptif karena variabel penelitian berdiri sendiri tanpa mencari hubungan antar variabel. Selain itu peneliti mendeskripsikan tentang tingkat kepuasan pengguna aplikasi Tiktok kalangan Mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden yang dibutuhkan adalah pernah melakukan transaksi pada *TikTok Shop* minimal satu kali. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel 100 mahasiswa sebuah kampus swasta di Yogyakarta sebagai responden.

Teknik Pengumpulan Data

Alat yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan ialah daftar pertanyaan (kuesioner). Data yang diperoleh berupa jawaban dari para konsumen terhadap pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur pandangan, sikap dan pendapat responden terhadap suatu peristiwa atau objek. Peneliti mendistribusikan kuesioner secara langsung kepada responden yang ditemui dan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Instrumen Penelitian

Instrument penelitian yang digunakan untuk kuesioner terdiri dari tujuh dimensi yaitu: 1) *Efficiency* merupakan kemudahan pengguna dalam melakukan akses serta meninggalkan sistem sekaligus mencari informasi tentang produk. 2) *Fullfillment*. Kesempurnaan produk dalam menyediakan layanan yang tepat waktu dan sesuai dengan yang dibutuhkan pengguna. 3) *Reliability*. Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dan diharapkan sesuai keandalan dan akurasi. 4) *Privacy*. Menjamin keamanan data dan transaksi pengguna serta merahasiakan dari pihak lain. 5) *Responsiveness*. Kemampuan untuk memberikan informasi yang tepat saat menghadapi kendala dan memiliki sistem pemberian jaminan kepada pengguna. 6) *Compensation*. Pemberian kompensasi kepada pengguna ketika terjadi kegalalan atau kesalahan pada sistem. 7) *Contact* Berkaitan dengan fitur layanan yang menyediakan kesempatan pada pengguna untuk menghubungi pihak penyedia layanan atau dengan pengguna lain (Wahyuni, 2019). Pertanyaan kuesioner mengaju pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2023).

Teknik Analisis Data

Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan telah layak untuk digunakan, maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur dengan kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid. (Imam & Latan, 2015).

Tahap analisis data merupakan tahap dalam penelitian dimana bertujuan mengolah data guna mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian. Teknik analisis data disini meliputi analisis deskriptif, uji kualitas data seperti uji validitas dan uji reliabilitas, perhitungan E-Servqual, serta pemetaan diagram kartesius (IPA). Untuk melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan aplikasi Bandistats (*Online Simple Statistics*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai rhitung dan rtabel. Item atau pertanyaan kuesioner dinyatakan valid ketika nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel. Dari total 100 responden, dengan level signifikansi sebesar 0,05 atau 5% maka diperoleh nilai rtabel sebesar 0,361 (Sugiyono, 2019). Berikut hasil uji validitas instrument penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Indikator	rhitung Persepsi	rhitung Ekspektasi	Hasil
Kecepatan menampilkan web Tiktok	0.540	0.523	Valid
Kemudahan Mengakse aplikasi Tiktok	0.603	0.497	Valid
Mudah menemukan kebutuhan pengguna	0.463	0.468	Valid
Belanja di Tiktok Shop dapat dilakukan dengan mudah	0.426	0.425	Valid
Tiktok Shop memiliki pilihan pembayaran yang bervariasi	0.186	0.459	Valid
Ketepatan waktu untuk mengirimkan produk	0.592	0.279	Valid
Penyelesaian pengembalian uang secara tepat dan cepat	0.516	0.607	Valid
Sistem akan menampilkan list produk yang tersedia	0.643	0.603	Valid
Diberikan gratis ongkir dengan minimum transaksi	0.707	0.592	Valid
Informasi produk atau barang selalu diperbarui	0.604	0.708	Valid
Tiktok Shop menyediakan informasi penilaian untuk penjual	0.625	0.736	Valid
Tiktok Shop menyediakan diskon kilat pada waktu tertentu	0.606	0.684	Valid
Tiktok Shop memiliki pilihan produk yang bervariasi	0.722	0.725	Valid
Informasi mengenai toko resmi (official) pada Tiktok Shop	0.586	0.658	Valid
Tiktok Shop jujur atas setiap penawaran yang diberikan	0.706	0.463	Valid
Tiktok Shop selalu ada promo dan diskon tertentu dalam layanannya	0.729	0.684	Valid
Tiktok Shop bekerja dengan baik dan memiliki pencarian yang akurat	0.696	0.458	Valid
Tiktok Shop melindungi informasi pribadi pengguna	0.710	0.617	Valid
Tiktok Shop melindungi informasi tentang aktivitas transaksi pengguna	0.675	0.591	Valid
Tiktok Shop melindungi informasi data pembayaran	0.555	0.412	Valid
Tiktok Shop memberi notifikasi ke pengguna	0.591	0.625	Valid
Customer Tiktok Shop merespon masalah dengan cepat dan segera	0.680	0.542	Valid

Tiktok Shop menanggapi keluhan transaksi pengguna dalam waktu 24 jam	0.663	0.598	Valid
Tiktok Shop mampu memberikan layanan 100% pengembalian	0.625	0.682	Valid
Tiktok Shop menawarkan pengembalian barang tidak sesuai	0.606	0.406	Valid
Ada kontak untuk menangani keluhan pengguna	0.722	0.609	Valid
Tiktok Shop memiliki customer service yang tersedia secara online	0.586	0.494	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 2 diperoleh nilai r hitung untuk variabel persepsi dan harapan lebih besar $r_{tabel}=0.361$ sehingga semua pernyataan pada variabel persepsi dan harapan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi responden pada setiap respon pertanyaan dalam kuesioner. Uji reliabilitas ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Untuk menentukan reliabilitas kuesioner, nilai Cronbach's Alpha yang diharapkan adalah lebih dari 0,6 (Sugiyono, 2019). Berikut hasil uji reliabilitas instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut out	Hasil
Persepsi/Kinerja	0.850	0,60	Reliabel
Ekspektasi/Harapan	0.894	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil dari tabel uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Chronbach Alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan indikator yang berada di dalam kuesioner dikatakan Reliabel.

Tingkat Kesenyaian

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor yang dipersepsikan dengan skor yang diharapkan. Tingkat konsistensi akan menentukan urutan prioritas untuk meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin tinggi prioritas menandakan bahwa kualitas produk lebih sesuai dengan harapan dan minat konsumen, sedangkan semakin rendah prioritas maka semakin rendah prioritas, hal ini menunjukkan konsumen yang persepsi dan ekspektasinya terhadap kualitas produk tidak sesuai dengan harapannya. dan minat.

Tabel 4. Tingkat Kesenyaian Persepsi dan Ekspektasi

Kode	Indikator	Persepsi	Ekspektasi	Kesenyaian (%)	Hasil
I1	Kecepatan menampilkan web Tiktok	415	453	91.61%	Tinggi
I2	Kemudahan Mengakse aplikasi Tiktok	408	447	91.28%	Tinggi
I3	Mudah menemukan kebutuhan pengguna	431	449	95.99%	Tinggi
I4	Belanja di Tiktok Shop dapat dilakukan dengan mudah	413	446	92.60%	Tinggi
I5	Tiktok Shop memiliki pilihan pembayaran yang bervariasi	415	437	94.97%	Tinggi
I6	Ketepatan waktu untuk mengirimkan produk	449	463	96.98%	Tinggi
I7	Penyelesaian pengembalian uang secara tepat dan cepat	423	453	93.38%	Tinggi

I18	Sistem akan menampilkan list produk yang tersedia	425	452	94.03%	Tinggi
I19	Diberikan gratis ongkir dengan minimum transaksi	422	459	91.94%	Tinggi
I110	Informasi produk atau barang selalu diperbarui	425	466	91.20%	Tinggi
I111	Tiktok Shop menyediakan informasi penilaian untuk penjual	390	459	84.97%	Tinggi
I112	Tiktok Shop menyediakan diskon kilat pada waktu tertentu	406	460	88.26%	Tinggi
I113	Tiktok Shop memiliki pilihan produk yang bervariasi	408	459	88.89%	Tinggi
I114	Informasi mengenai toko resmi (official) pada Tiktok Shop	407	465	87.53%	Tinggi
I115	Tiktok Shop jujur atas setiap penawaran yang diberikan	399	443	90.07%	Tinggi
I116	Tiktok Shop selalu ada promo dan diskon tertentu dalam layanannya	384	430	89.30%	Tinggi
I117	Sistem Tiktok Shop bekerja dengan baik dan memiliki pencarian yang akurat	402	439	91.57%	Tinggi
I118	Tiktok Shop melindungi dan tidak akan membagikan informasi pribadi pengguna	394	436	90.37%	Tinggi
I119	Tiktok Shop melindungi informasi tentang aktivitas transaksi pengguna	413	449	91.98%	Tinggi
I120	Tiktok Shop melindungi informasi data pembayaran	427	455	93.85%	Tinggi
I121	Tiktok Shop memberi notifikasi ke pengguna	403	445	90.56%	Tinggi
I122	Customer Tiktok Shop merespon masalah dengan cepat dan segera	395	440	89.77%	Tinggi
I123	Tiktok Shop menanggapi keluhan transaksi pengguna dalam waktu 24 jam	398	448	88.84%	Tinggi
I124	Tiktok Shop mampu memberikan layanan 100% pengembalian	390	454	85.90%	Tinggi
I125	Tiktok Shop menawarkan pengembalian barang /tukar jika produk tidak sesuai	406	447	90.83%	Tinggi
I126	Ada kontak untuk menangani keluhan pengguna	408	442	92.31%	Tinggi
I127	Tiktok Shop memiliki customer service yang tersedia secara online	407	450	90.44%	Tinggi

Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi diperoleh hasil bahwa nilai rata-rata kesesuaian di atas 80 %. Menurut Steer (1993) dalam Fahrizal (2013) jika persentasi tingkat kepuasan antara 80 – 100 yang mana mengartikan tingkat kualitas pelayanan tinggi.

Analisis Diagram Kartesius

Analisis kartesius pada setiap atribut pada level persepsi yang diinginkan untuk mengetahui atribut yang paling penting secara detail, dan mengurutkan berbagai atribut. Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut tiap dimensi kedalam empat kuadran yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III dan kuadran IV. Keempat kuadran menggambarkan kondisi yang berbeda satu sama lain.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Tabel 5. Atribut Indikator dalam Diagram Kartesius

Kuadran	Indikator
Kuadran I	I11, I12, I13, I14, I24, I27
Kuadran II	I1, I6, I7, I8, I9, I10, I20
Kuadran III	I2, I15, I16, I17, I18, I21, I22, I23, I25, I26
Kuadran IV	I3, I4, I5, I19

Berdasarkan diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator dari kualitas pelayanan TikTok Shop yang digunakan tersebar empat bagian kuadran. Pada gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Kuadran I (Concentrate Here)

Penyebaran indikator dalam kuadran I menjadi fokus utama prioritas untuk dilakukan perbaikan dari pelayanan TikTok Shop. Terdapat 6 (enam) indikator yang berada pada kuadran I,yaitu :

- a. Tiktok Shop menyediakan informasi penilaian untuk penjual
- b. Tiktok Shop menyediakan diskon kilat pada waktu tertentu
- c. Tiktok Shop memiliki pilihan produk yang bervariasi
- d. Informasi mengenai toko resmi (official) pada Tiktok Shop
- e. Tiktok Shop mampu memberikan layanan 100% pengembalian
- f. Tiktok Shop memiliki customer service yang tersedia secara online

Kuadran II (Keep Up The Good Work)

Kuadran II menunjukkan indikator yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran II menunjukkan tingkat kepuasan yang

tinggi, sehingga perlu dipertahankan kualitas pelayanannya. Terdapat 7 (tujuh) indikator yang berada pada kuadran II, yaitu :

- a. Kecepatan menampilkan web Tiktok
- b. Ketepatan waktu untuk mengirimkan produk
- c. Penyelesaian pengembalian uang secara tepat dan cepat
- d. Sistem akan menampilkan list produk yang tersedia
- e. Diberikan gratis ongkir dengan minimum transaksi
- f. Informasi produk atau barang selalu diperbarui
- g. Tiktok Shop melindungi informasi data pembayaran

Kuadran III (Low Priority)

Dalam kuadran III memuat indikator dengan prioritas perbaikan cukup rendah karena pengguna menganggap bahwa indikator dalam kuadran ini kurang penting dan kinerja yang dirasakan pengguna tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Terdapat 10 (sepuluh) indikator yang berada pada kuadran III, yaitu :

- a. Kemudahan Mengakse aplikasi Tiktok
- b. Tiktok Shop selalu ada promo dan diskon tertentu dalam layanannya
- c. Sistem Tiktok Shop bekerja dengan baik dan memiliki pencarian yang akurat
- d. Tiktok Shop melindungi dan tidak akan membagikan informasi pribadi pengguna
- e. Tiktok Shop memberi notifikasi ke pengguna
- f. Customer Tiktok Shop merespon masalah dengan cepat dan segera
- g. Tiktok Shop menanggapi keluhan transaksi pengguna dalam waktu 24 jam
- h. Tiktok Shop menawarkan pengembalian barang /tukar jika produk tidak sesuai
- i. Ada kontak untuk menangani keluhan pengguna

Kuadran IV (Possible Overkill)

Kuadran IV menunjukkan indikator dengan tingkat kepentingan rendah namun tingkat kinerja yang tinggi. Indikator-indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pengguna dan dirasakan terlalu berlebihan. Terdapat 4 (empat) indikator yang berada pada kuadran IV, yaitu :

- a. Mudah menemukan kebutuhan pengguna
- b. Belanja di Tiktok Shop dapat dilakukan dengan mudah
- c. Tiktok Shop memiliki pilihan pembayaran yang bervariasi
- d. Tiktok Shop melindungi informasi tentang aktivitas transaksi pengguna

Customer Satisfaction index (CSI)

Berdasarkan analisis data yang dilakukan diperoleh nilai *Customer Satisfaction index (CSI)* sebesar 90.00%. Berdasarkan kriteria kepuasan konsumen nilai tersebut berada di antara nilai 80 – 100 dengan kategori sangat puas.

Pembahasan

Hasil analisis metode uji kesesuaian dan *Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa kesesuaian persepsi dan harapan konsumen masuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator dari kualitas pelayanan TikTok

Shop yang digunakan tersebar empat bagian kuadran. Penyebaran indikator dalam kuadran I menjadi fokus utama prioritas untuk dilakukan perbaikan dari pelayanan TikTok Shop. Persepsi atau kinerja yang diterima pada kuadran ini belum sesuai dengan harapan pengguna dan indikator didalamnya dianggap penting bagi pengguna. Ada enam indikator yang masuk dalam kuadran I sehingga perlu perbaikan dan meningkatkan kinerja pada indikator yang terdapat pada kuadran I ini sehingga dapat memenuhi kepentingan dan meningkatkan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2023) bahwa yang masuk dalam kuadran I ada 5 indikator yaitu: Sistem TikTok Shop memberitahu pengguna mengenai aktivitas apa yang harus dilakukan jika proses transaksi mengalami masalah (tidak berproses, dan sebagainya). TikTok Shop mampu memberikan layanan 100% pengembalian uang apabila transaksi gagal. TikTok Shop memiliki Customer Service yang tersedia secara online. Informasi mengenai toko resmi (official) pada TikTok Shop. TikTok Shop selalu memberikan gratis ongkir dengan minimum transaksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian, diketahui bahwa tingkat kesesuaian dari 27 atribut pelayanan Tiktok Shop lebih besar dari 80% yang mana mengartikan tingkat kualitas pelayanan tinggi. Diperoleh nilai *Customer Satisfaction index* (CSI) sebesar 90.00% dan masuk kategori sangat puas. Hal ini berarti pengguna aplikasi Tiktok shop sudah merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran bagi perusahaan, perlu adanya peningkatan dan perbaikan kualitas layanan pada TikTok Shop yang tidak hanya dilakukan pada satu kuadran saja, tetapi sebaiknya dilakukan secara menyeluruh pada semua kuadran agar pengguna merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam melakukan transaksi. Bagi penelitian selanjutnya untuk memperoleh hasil yang lebih variatif diharapkan menambahkan karakteristik wilayah (domisili) dan menyebarkan kuesioner ke kalangan mahasiswa dari kampus yang berbeda secara berkala serta melakukan pengembangan metode yang digunakan.

Penelitian ini masih banyak memiliki keterbatasan antara lain hanya mengambil sampel pada mahasiswa kampus tertentu dengan jumlah yang terbatas, sehingga sampel tersebut masih kurang mewakili sikap dari responden secara keseluruhan.

REFERENSI

- Budhiana, J., & Wahida, A. Z. (2019). Penggunaan Metode Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah SANTIKA*, 9.
- Guarda, T., Augusto, M. F., Victor, J. A., Mazon, L., Lopes, I. M., & Oliveira, P. (2021). *he Impact of TikTok on Digital Marketing*. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-33-4183-8_4
- Imam, G., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP UNDIP.
- Indrajaya, D. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada Ukm Gallery. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, 2(3), 1–6.
- L. Dian Anggraini, P. Deoranto, and D. M. I. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal*

- Industri*, 4(2), 74–81.
- L.N.Rosdiana. (2016). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi ITS dengan Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA). *J.ResTechnol*, 2(1).
- Liu, Y. (2023). *TikTok's Influence on Education*. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/https://doi.org/10.54097/ehss.v8i.4261>
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224297704100112>
- N. Wahyuni, A. Gunawan, and A. R. (2019). Measurement of E-service quality from user perceptions using the IPA-Kano Integration Model. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 673(1).
- Novemnur., R., & M.Afdal, Inggih Permana, Mo. F. (2025). Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction. *JUTISI*, 13(1).
- Putri Febriana Sari, D. F. S. (2023). Pengukuran Kualitas Layanan Pada Aplikasi Tiktok Shop Menggunakan Metode E-Servqual Dan IPA (Importance Performance Analysis). *JEISBI*, 4(2).
- R. K. Umam and N. P. Hariastuti. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Semiar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan VI*, 339–344.
- Santika, E. F. (2023). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka?utm_source=chatgpt.com
- Shi, Y., & Chung, J.-H. (2020). A Study on the Mobile Video Contents ApplicationNo Title. *Journal of Digital Convergence*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14400/JDC.2020.18.3.311>
- Sinaga, R., & Martinus, H. (2020). Importance Performance Analysis (IPA) dalam mengukur kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 134–145.
- Subagiyo, N. A., & Aestetika, N. M. (2023). Motif Penggunaan Tiktok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *JIMS*, 5(10).
- Sugiyono. (2019). *Metode Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan RND*. Alfabeta.
- Swathi, G. K. (2020). A study to analyse the impact of tiktok app on students academics and psychology. *Ournal of Emerging Technologies and Innovative Research*.