

ANALISIS KOMPARASI PERFORMA *USER EXPERIENCE* PADA FITUR *LIVE SHOPPING* SHOPEE DAN TIKTOK SHOP

NAJMI IMANIAH CAHYONO



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Komparasi Performa *User Experience* Pada Fitur *Live Shopping* Shopee dan Tiktok Shop” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Najmi Imaniah Cahyono
K1401211187



ABSTRAK

NAJMI IMANIAH CAHYONO. Analisis Komparasi Performa *User Experience* Pada Fitur *Live Shopping* Shopee dan Tiktok Shop. Dibimbing oleh NIMMI ZULBAINARNI dan FITHRIYYAH SHALIHATI.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah mendorong konsep *social commerce* dengan bentuk inovasi fitur *live shopping* sebagai strategi untuk meningkatkan interaksi dan konversi penjualan. Shopee Live dan TikTok Shop Live merupakan dua platform dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia. Namun, keduanya memiliki nilai *gap* pangsa pasar yang signifikan dengan pendekatan basis platform yang berbeda. Kemudian, ditemukan bahwa masih terdapat keluhan terkait dengan pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan performa *user experience* (UX) pada fitur *live shopping* Shopee dan TikTok Shop dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee Live memiliki tujuh indikator pada kuadran I yang perlu dioptimalkan dan empat indikator pada kuadran II yang perlu dipertahankan kinerjanya. Sementara, TikTok Shop Live memiliki lima indikator terdapat pada kuadran I yang perlu dioptimalkan. Indikator keandalan sistem menjadi kinerja terendah bagi kedua platform, baik Shopee maupun TikTok Shop. Pada Shopee Live indikator dengan nilai kepentingan tertinggi adalah keandalan sistem, sementara TikTok Shop adalah desain *layout* tata letak. Penelitian ini memberikan strategi rekomendasi kepada masing-masing platform untuk berfokus kepada perbaikan sistem dan tampilan *layout live shopping*.

Kata kunci: *e-commerce*, *Importance Performance Analysis*, komparasi, *live shopping*, *user experience*

ABSTRACT

NAJMI IMANIAH CAHYONO. Comparative Analysis of User Experience Performance on Live Shopping Features in Shopee and TikTok Shop. Supervised by NIMMI ZULBAINARNI and FITHRIYYAH SHALIHATI.

The rapid growth of *e-commerce* in Indonesia has driven the rise of *social commerce*, with the *live shopping* feature emerging as a key innovation to boost user interaction and sales conversion. Shopee Live and TikTok Shop Live are currently the two leading platforms in the Indonesian market. However, both show a significant gap in market share and differ in their fundamental platform approaches. Additionally, user experience-related complaints are still frequently reported. This study aims to analyze and compare the performance of user experience (UX) in the *live shopping* features of Shopee and TikTok Shop using the *Importance Performance Analysis* (IPA) method. The results show that Shopee Live has seven indicators in Quadrant I that require optimization, and four indicators in Quadrant II that need to be maintained. Meanwhile, TikTok Shop Live has five indicators in Quadrant I that require improvement. System reliability emerged as the lowest-performing indicator for both platforms. On Shopee Live, system reliability was also rated as the most important attribute, while for TikTok Shop, the layout design held the highest importance.

Keywords: comparison, *e-commerce*, *Importance Performance Analysis*, *live shopping*, *user experience*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS KOMPARASI PERFORMA *USER EXPERIENCE* PADA FITUR *LIVE SHOPPING* SHOPEE DAN TIKTOK SHOP

NAJMI IMANIAH CAHYONO

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.
- 2 Sendy Watazawadu'Ilmi, S.E., M.M.



Judul Skripsi : Analisis Komparasi Performa *User Experience* Pada Fitur *Live Shopping* Shopee dan Tiktok Shop

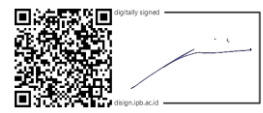
Nama : Najmi Imaniah Cahyono
NIM : K1401211187

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si.



Pembimbing 2:
Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
3 Juli 2025

Tanggal Lulus:
(-)

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini yang berjudul “Analisis Komparasi Performa *User Experience* pada Fitur *Live Shopping* Shopee dan TikTok Shop”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis IPB University.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si dan Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. atas bimbingan, nasihat, serta kesediaan dalam meluangkan waktu untuk membimbing penulis sepanjang proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen seminar, Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si, atas masukan dan arahnya yang sangat membantu dalam proses penyempurnaan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada para dosen penguji, Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M. dan Sendy Watazawwadu'Ilmi, S.E., M.M., atas kritik, saran, dan evaluasi yang sangat berharga dalam penyempurnaan karya ilmiah ini.

Tak lupa, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta atas kasih sayang, doa, dan dukungan yang tiada henti. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh anggota keluarga yang senantiasa menjadi sumber semangat selama menempuh studi ini.

Terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada rekan-rekan seperjuangan dan sahabat-sahabat terdekat, yang telah menemani, membantu, dan memberikan motivasi selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *e-commerce* dan pengalaman pengguna.

Bogor, Juli 2025

Najmi Imaniah Cahyono



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>E-commerce</i>	8
2.2 <i>Social Commerce</i>	8
2.3 <i>Live Shopping</i>	9
2.4 <i>User Experience</i>	9
2.5 <i>Importance Performance Analysis</i>	11
2.6 Kerangka Pemikiran	12
III METODE	14
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	14
3.2 Jenis dan Sumber Data	14
3.3 Teknik Penentuan Responden	14
3.4 Variabel Operasional	16
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Aplikasi	20
4.2 Uji Instrumen dan Karakteristik Responden	22
4.3 Analisis Tingkat Kinerja dan Kepentingan Atribut <i>Live Shopping</i>	31
4.4 Hasil Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	35
4.5 Komparasi Atribut Berdasarkan <i>Importance Performance Analysis</i>	45
4.6 Komparasi Dimensi	52
4.7 Rekomendasi Kebijakan Shopee dan Tiktok Shop	54
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Kritik dan ulasan fitur Shopee Live	5
2	Kritik dan ulasan fitur Tiktok Shop Live	6
3	Sumber jenis data	14
4	Variabel operasional penelitian	16
5	Skor tingkat kepentingan dan kinerja	18
6	Fitur <i>live shopping</i>	21
7	Hasil uji validitas dimensi <i>attractiveness</i> Shopee Live	22
8	Hasil uji validitas dimensi <i>dependability</i> Shopee Live	23
9	Hasil uji validitas dimensi <i>efficiency</i> Shopee Live	23
10	Hasil uji validitas dimensi <i>perspicuity</i> Shopee Live	24
11	Hasil uji validitas dimensi <i>stimulation</i> Shopee Live	24
12	Hasil uji reliabilitas dimensi Shopee Live	25
13	Hasil uji validitas dimensi <i>attractiveness</i> Tiktok Shop Live	25
14	Hasil uji validitas dimensi <i>dependability</i> Tiktok Shop Live	26
15	Hasil uji validitas dimensi <i>efficiency</i> Tiktok Shop Live	26
16	Hasil uji validitas dimensi <i>perspicuity</i> Tiktok Shop Live	27
17	Hasil uji validitas dimensi <i>stimulation</i> Tiktok Shop Live	27
18	Hasil uji reliabilitas dimensi Tiktok Shop Live	28
19	Karakteristik Responden	28
20	Hasil perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan	31
21	Persebaran indikator kuadran Shopee Live	36
22	Persebaran Indikator Tiktok Live	41
23	Komparasi distribusi indikator kuadran I	46
24	Komparasi distribusi indikator kuadran II	48
25	Komparasi distribusi indikator kuadran III	50
26	Komparasi distribusi indikator kuadran IV	51
27	Komparasi dimensi fitur <i>live shopping</i>	52
28	Rekomendasi kebijakan perbaikan Shopee Live	55
29	Rekomendasi kebijakan perbaikan Tiktok Live	57

DAFTAR GAMBAR

1	Proyeksi peningkatan jumlah pengguna <i>e-commerce</i>	1
2	Persentase Pangsa Pasar <i>E-commerce</i>	2
3	Konsep <i>Social Commerce</i>	9
4	Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	11
5	Kerangka Pemikiran Penelitian	13
6	Diagram <i>gap analysis</i> Shopee Live	34
7	Diagram <i>gap analysis</i> Tiktok Shop Live	34
8	Hasil Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> Shopee Live	36
9	Hasil Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> Tiktok Live	41
10	Komparasi Kuadran I Shopee dan Tiktok Shop	45
11	Komparasi Kuadran II Shopee dan Tiktok Shop	48
12	Komparasi Kuadran III Shopee dan Tiktok Shop	49

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	64
2	Ulasan sentimen negatif fitur <i>live shopping</i> Tiktok Shop Live	69
3	Ulasan sentimen negatif fitur <i>live shopping</i> Shopee Live	70

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.