

ANALISIS KEGUNAAN DAN KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEE FOOD DAN GO FOOD MENGGUNAKAN METODE SUS DAN EUCS

Ajik Dewantoro ¹⁾, Sekar Cinta Amaria ²⁾, Efa Arfin Lauda ³⁾, Hetta Rachma ⁴⁾,
Pratama Angga Buana ^{*5)}

^{1, 2, 3, 4, *5)} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang
Jalan Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Semarang, Jawa Tengah, 50196, Indonesia

e-mail: ajikdewantoro@gmail.com ¹⁾, sekarrrcin@gmail.com ²⁾, Arfinefa2003@gmail.com ³⁾,
hettarchm18@gmail.com ⁴⁾, pratama_angga@usm.ac.id ^{*5)}

*corresponding author

(Naskah masuk : 01 Januari 2025 Diterima untuk diterbitkan : 18 April 2025)

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi aspek kegunaan dan tingkat kepuasan pengguna terhadap dua aplikasi layanan pesan-antar makanan daring, yaitu Shopee Food dan Go Food. Instrumen yang digunakan meliputi *System Usability Scale (SUS)* untuk menilai kegunaan dan *End User Computing Satisfaction (EUCS)* untuk mengukur kepuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua aplikasi memiliki keunggulan dalam hal kemudahan dipelajari, dengan Go Food memperoleh skor lebih tinggi (4,26) dibanding Shopee Food (4,17). Namun, pengelolaan kesalahan masih menjadi kelemahan, terutama pada Shopee Food dengan skor terendah (3,93). Shopee Food dinilai unggul dalam hal kemudahan penggunaan (4,03), sedangkan Go Food menonjol dalam kecepatan layanan (4,09). Uji korelasi Spearman menghasilkan hubungan yang sangat kuat antara variabel kegunaan dan kepuasan, dengan koefisien sebesar 0,850 dan nilai signifikansi 0,000. Secara keseluruhan, Go Food menunjukkan performa sedikit lebih baik, khususnya dalam aspek kemudahan belajar dan manajemen kesalahan. Rekomendasi dari studi ini mencakup perbaikan tampilan antarmuka pada Go Food serta peningkatan pengelolaan kesalahan dan kecepatan layanan pada Shopee Food.

Kata Kunci: GoFood, Kegunaan, Kepuasan Pengguna, Shopee Food, SUS

ABSTRACT

This study examines the usability and user satisfaction of two online food delivery platforms: Shopee Food and Go Food. The evaluation utilized the System Usability Scale (SUS) to measure usability and the End User Computing Satisfaction (EUCS) framework to assess satisfaction. The findings revealed that both applications are considered easy to learn, with Go Food achieving a higher score (4.26) than Shopee Food (4.17). However, error handling emerged as a drawback, especially for Shopee Food (3.93). Shopee Food was rated higher in terms of ease of use (4.03), while Go Food stood out in service speed (4.09). Spearman correlation analysis indicated a very strong association between usability and satisfaction, with a coefficient of 0.850 and a p-value of 0.000. Overall, Go Food demonstrated slightly better performance, particularly in learnability and error management. The study suggests that Go Food improve its interface layout, while Shopee Food focus on enhancing error handling and service timeliness.

Keywords: GoFood, Shopee Food, SUS, Usability, User Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Dalam satu dekade terakhir, teknologi telah berkembang pesat, khususnya dengan munculnya era digital dan globalisasi[1]. Pada masa digital seperti sekarang, aplikasi berbasis *mobile* memainkan peran penting dalam aktivitas sehari-hari, membantu pengguna memenuhi kebutuhannya secara cepat dan efisien[2]. Kemajuan ini telah berdampak signifikan diberbagai aspek kehidupan masyarakat. Bahkan, teknologi kini dianggap sebagai kebutuhan utama, yang membuat manusia dapat terhubung tanpa batasan ruang dan waktu[3].

Di Indonesia, jumlah pengguna ponsel pintar tercatat mencapai 209,3 juta orang pada tahun 2023. Peningkatan ini didorong oleh kemudahan akses internet, harga perangkat yang semakin terjangkau,

serta peningkatan infrastruktur digital[4]. Fakta ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar *smartphone* terbesar secara global, menciptakan peluang luas dalam sektor teknologi dan layanan digital, termasuk layanan pesan antar berbasis aplikasi yaitu *food delivery*[5].

Salah satu *e-commerce* yang menyediakan fitur pemesanan makan minum adalah Shopee, melalui fitur ShopeeFood. Fitur tersebut memudahkan konsumen memesan makanan secara daring[6][7]. Sementara itu, Gojek juga menjadi pemain utama dalam ekosistem layanan digital di Asia Tenggara. Aplikasinya menyediakan berbagai layanan seperti transportasi, belanja, pengiriman barang, hingga pemesanan makanan, yang semuanya ditujukan untuk memudahkan aktivitas konsumen[8].

Penelitian ini fokus pada dua layanan pesan antar makanan yang sedang populer, yakni ShopeeFood dan GoFood. Kedua layanan ini menawarkan fitur serupa, sehingga memunculkan persaingan yang ketat. Dalam konteks ini, kepuasan pengguna menjadi krusial, yang diukur dari persepsi terhadap performa layanan yang diterima[9][10][11]. erkadang, gangguan pada layanan dapat menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan pengguna. Bila tidak segera diperbaiki, hal tersebut dapat menurunkan minat masyarakat terhadap aplikasi terkait. Oleh sebab itu, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja ShopeeFood dan GoFood.

Sejauh ini, penelitian yang mengkaji kepuasan pengguna kedua layanan masih terbatas. Misalnya, studi dari Aprillia et al menunjukkan bahwa GoFood mengalami penurunan pangsa pasar dalam tiga tahun terakhir akibat rendahnya loyalitas pengguna. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan *EUCS* dengan lima indikator : *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. Berdasarkan analisis terhadap 370 mahasiswa Fasilkom UNSRI, empat dari lima variabel terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan *accuracy* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Secara keseluruhan, model tersebut menjelaskan 52,1% variasi kepuasan pengguna[12].

Hidayah et al dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemajuan teknologi membuat layanan publik lebih mudah dijangkau melalui aplikasi *mobile*. GoFood, sebagai bagian dari Gojek, harus menjaga kualitas layanan demi mempertahankan daya saing. Studi yang dilakukan di Salatiga menggunakan pendekatan *EUCS* serta menambahkan variabel *Perceived Usefulness* dari model TAM. Hasil penelitian menekankan pentingnya strategi berbasis lokasi dalam meningkatkan kepuasan pengguna secara lokal[13].

Faruqi et al meneliti *usability* pada aplikasi GO-JEK dan menemukan bahwa meskipun telah 10 juta kali lebih di-*download*, masih terdapat keluhan terkait kemudahan penggunaan. Pengujian menunjukkan adanya lima masalah utama, dengan tingkat kemudahan 100%, kecepatan 0,01 goals/sec, kesalahan 0,1, dan kepuasan pengguna antara 60%–70% [14].

Penelitian lain oleh Santoso et al memfokuskan pada kepuasan mitra pengemudi Gojek di Bekasi terhadap aplikasi driver. Dari 100 sampel yang mewakili 18.000 mitra, evaluasi menggunakan *EUCS* menunjukkan bahwa konten memiliki skor tertinggi (87%), disusul oleh *accuracy* (72%), format (76%), *ease of use* (61%), dan *timeliness* (47%). Ini menandakan perlunya peningkatan pada aspek waktu layanan[15].

Sementara itu, Chrishariyani et al mempelajari kepuasan pengguna ShopeeFood dengan mempertimbangkan harga dan kualitas layanan. Penelitian yang melibatkan 33 responden ini menggunakan SPSS dan algoritma Naïve Bayes. Hasilnya, variabel-variabel yang diteliti memengaruhi kepuasan sebesar 49,7%, dengan tingkat akurasi algoritma mencapai 100% [16].

Purwati et al juga menyatakan bahwa ShopeeFood, meskipun menjadi layanan yang cukup direkomendasikan, masih menerima ulasan negatif. Dengan pendekatan *e-service quality*, ditemukan kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna sebesar -0,26237. Tingkat kesesuaian layanan tercatat 93%, artinya 7% ekspektasi pelanggan belum terpenuhi [17].

Perangin-angin et al menggunakan Webqual 4.0 dan Model Kano untuk mengukur kepuasan terhadap ShopeeFood di kalangan mahasiswa Universitas Advent Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek *usability* (4.15), informasi (4.02), dan interaksi layanan (4.00) telah memenuhi ekspektasi pengguna, dengan semua fitur termasuk dalam kategori 'Attractive' berdasarkan Model Kano[18].

Shania et al mengevaluasi desain antarmuka aplikasi Shopee yang dianggap masih kurang ergonomis. Penelitian ini membandingkan tampilan sebelum dan sesudah perbaikan menggunakan tools Figma dan metode evaluasi SUS. Terdapat peningkatan pada aspek *effectiveness* dari 94% ke 100%, *efficiency* dari 90% ke 100%, serta nilai *satisfaction* berdasarkan SUS meningkat dari 47,5 menjadi

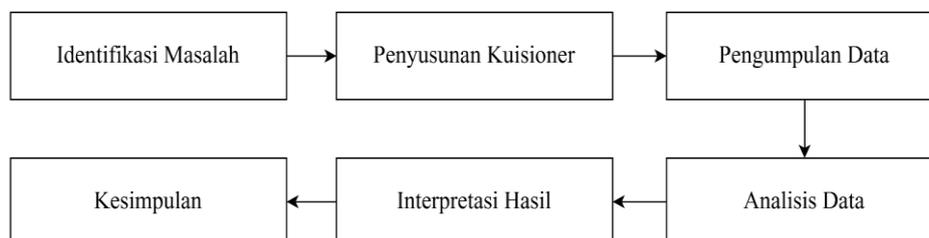
81,5[19].

Penelitian ini menawarkan pembaruan dibandingkan studi sebelumnya dengan menggabungkan dua metode evaluasi, yakni *System Usability Scale (SUS)* untuk menilai kegunaan dan *End-User Computing Satisfaction (EUCS)* untuk mengukur kepuasan pengguna pada dua aplikasi layanan makanan daring secara bersamaan. Tidak hanya membandingkan, studi ini juga mengeksplorasi hubungan antara kedua aspek melalui korelasi Spearman. Temuan penelitian memberikan gambaran komprehensif terkait kelebihan dan kelemahan ShopeeFood dan GoFood, serta menyajikan rekomendasi konkret seperti perbaikan tampilan antarmuka dan pengelolaan *error* untuk meningkatkan kualitas layanan.

Penelitian ini menggunakan metode skala kegunaan sistem untuk pengukuran *usability*. *Usability* adalah salah satu metode pengujian yang penting dalam menganalisis *website* atau *platform e-commerce*. Tujuannya untuk mengevaluasi suatu produk, sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh penggunaannya [20]. Pengukuran kegunaan sistem dapat dilihat dari aspek : *Learnability* (kemudahan), *Efficiency* (efisien), *Errors* (kesalahan dan keamanan), dan *Satisfaction* (kepuasan) [21]. Sedangkan metode kepuasan pengguna akhir komputer ini untuk mengetahui tingkat kepuasannya. *EUCS* didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman pengguna dengan sistem informasi tersebut [22]. Metode ini terdiri dari instrumen : *content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness* [23].

II.METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif komparatif, tujuannya untuk mengevaluasi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi Shopee Food dan Go Food. Metode komparatif digunakan untuk membandingkan dua objek atau lebih guna mengidentifikasi perbedaan maupun persamaan yang ada[24]. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berbasis Google Form kepada responden yang memiliki pengalaman dalam memesan makanan secara daring menggunakan aplikasi Shopee Food dan Go Food. Data yang dikumpulkan bersifat independen, yang berarti jawaban setiap responden tidak saling memengaruhi satu sama lain[25]. Gambaran umum pendekatan kuantitatif komparatif dalam penelitian ini ditampilkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Tahapan Metode Penelitian

Identifikasi masalah menjadi tahap awal, yaitu melalui studi literatur menggunakan sumber dari Google Scholar. Kata kunci yang digunakan antara lain : kepuasan pengguna, Shopee Food, Go Food, *usability*, dan EUCS. Dengan menggabungkan dua pendekatan tersebut, diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih komprehensif serta aplikatif mengenai pengalaman pengguna layanan pesan-antar makanan di Indonesia.

Penyusunan instrumen penelitian dimulai dengan menentukan target responden dan jumlah sampel yang dibutuhkan. Target responden penelitian terdiri dari mahasiswa USM serta masyarakat umum berdomisili di wilayah Kota Semarang, dengan kriteria pernah menggunakan kedua aplikasi tersebut untuk memesan makanan secara daring. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik responden terhadap tujuan penelitian. Total jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 73 orang.

Penelitian ini mengukur dua variabel laten, yaitu *Usability* (X1) dan *User Satisfaction* (Y). Kedua variabel ini tidak dapat diamati secara langsung, namun dapat diukur melalui indikator-indikator atau variabel manifest. Variabel *Usability* diukur melalui lima dimensi dari metode *System Usability Scale (SUS)*, yaitu : *Learnability, Efficiency, Remember, Error, dan Pleasant*. Sementara itu, variabel *User Satisfaction* diukur menggunakan lima dimensi dari metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)*, yaitu : *Content, Accuracy, Format, Ease of Use, dan Timeliness*. Masing-masing dimensi tersebut

dijabarkan dalam bentuk pertanyaan kuesioner. Daftar indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Indikator Pernyataan Kuesioner

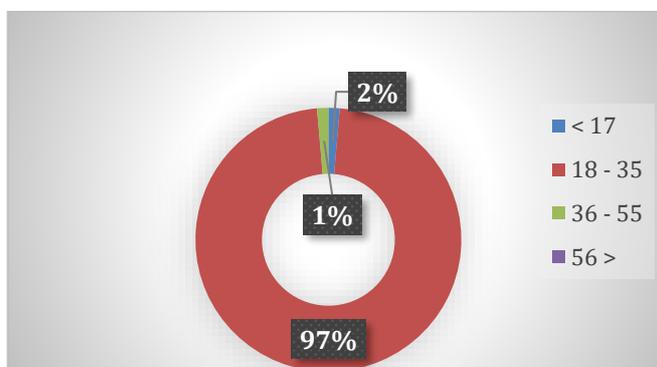
Method	Dimensi	ID	Pernyataan	
SUS	Learnability	Le1	Aplikasi Shopee Food/Go Food mudah untuk dipelajari	
		Le2	Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan aplikasi Shopee Food/Go Food.	
		Le3	Apakah ikon-ikon yang digunakan pada aplikasi Shopee Food/Go Food mudah dikenali?.	
	Efficiency	Ef1	Saya dapat dengan cepat menemukan restoran atau menu di aplikasi Shopee Food/Go Food.	
		Ef2	Aplikasi Shopee Food/Go Food memberikan pengalaman pencarian yang efisien.	
		Ef3	Waktu yang dibutuhkan untuk memesan makanan di Shopee Food/Go Food terasa cepat.	
	Remember	Re1	Saya mudah mengingat cara menggunakan aplikasi Shopee Food/Go Food.	
		Re2	Aplikasi Shopee Food/Go Food mudah digunakan kapan saja.	
	Error	Er1	Saya tidak menemui error atau masalah teknis saat menggunakan aplikasi Shopee Food/Go Food.	
		Er2	Saya tidak menemui kesalahan dalam menu atau transaksi pada aplikasi Shopee Food/Go Food.	
	Pleasant		Pl1	Tampilan desain visual aplikasi Shopee Food/Go Food menarik.
			Pl2	Paduan warna pada aplikasi Shopee Food/Go Food nyaman untuk dilihat.
			Pl3	Tata letak konten pada aplikasi Shopee Food/Go Food nyaman untuk dilihat dan digunakan.
			Pl4	Aplikasi Shopee Food/Go Food memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan.
EUCS	Content	Co1	Konten pada aplikasi Shopee Food/Go Food sudah lengkap dan informatif.	
		Co2	Informasi yang diberikan di aplikasi Shopee Food/Go Food cukup membantu dalam membuat keputusan pembelian.	
		Co3	Saya tertarik dengan pilihan makanan yang ditawarkan di Shopee Food/Go Food.	
	Accuracy	Ac1	Informasi mengenai harga di aplikasi Shopee Food/Go Food akurat.	
		Ac2	Informasi mengenai waktu pengiriman di aplikasi Shopee Food/Go Food akurat.	
		Ac3	Informasi mengenai restoran dan menu di aplikasi Shopee Food/Go Food tepat dan jelas.	
	Format	Fo1	Format tampilan teks dan font di aplikasi Shopee Food/Go Food mudah dibaca.	
		Fo2	Ukuran gambar makanan di aplikasi Shopee Food/Go Food cukup jelas dan detail.	
		Fo3	Desain tampilan menu di aplikasi Shopee Food/Go Food sudah jelas dan mudah dipahami.	
	Ease of Use		Eou1	Kemudahan dalam mengakses aplikasi Shopee Food/Go Food berulang.

Method	Dimensi	ID	Pernyataan
		Eou2	Navigasi dalam aplikasi Shopee Food/Go Food mudah dimengerti dan digunakan.
		Eou3	Saya dapat dengan mudah menambahkan makanan ke keranjang di Shopee Food/Go Food.
	Timelines	Ti1	Aplikasi Shopee Food/Go Food cepat diakses saat pertama kali dibuka.
		Ti2	Waktu yang dibutuhkan untuk memesan makanan di aplikasi Shopee Food/Go Food sangat cepat.
		Ti3	Saat berpindah antar menu dalam aplikasi Shopee Food/Go Food, tidak ada jeda waktu yang mengganggu.

Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner berdasarkan lima dimensi dalam masing-masing metode (SUS dan EUCS). Responden memberikan penilaian menggunakan skala *Likert*, yang kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Analisis ini bertujuan untuk menghitung tingkat kepuasan pengguna berdasarkan dimensi-dimensi yang telah ditentukan. Selanjutnya, dilakukan uji hipotesis guna mengetahui pengaruh variabel *usability* (SUS) terhadap *user satisfaction* (EUCS). Uji ini diperlukan untuk mengidentifikasi adanya hubungan signifikan antar variabel. Setelah seluruh data dianalisis, peneliti menyusun laporan akhir yang mencakup kesimpulan serta rekomendasi. Dengan mengikuti tahapan penelitian secara sistematis, harapannya dapat berkontribusi positif bagi pengembang aplikasi serta pihak terkait lainnya.

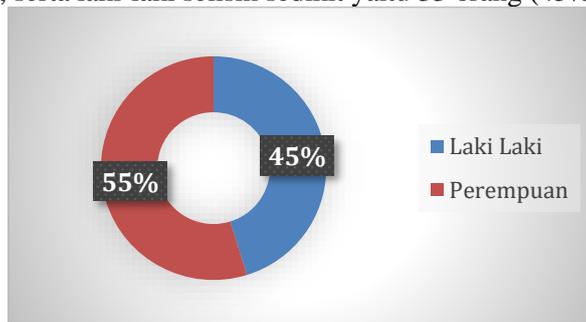
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data diperoleh dari 73 responden. Berdasarkan distribusi usia yang ditampilkan pada Gambar 2, mayoritas responden berusia antara 18–35 tahun, yaitu sebanyak 71 orang (97%). Sementara itu, masing-masing satu responden (1–2%) berasal dari kategori usia di bawah 17 tahun dan 36–55 tahun.



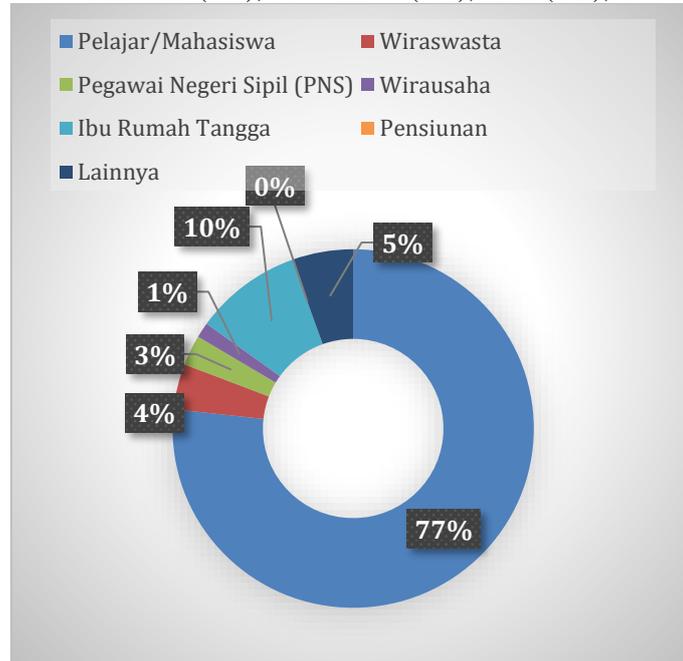
Gambar 2. Responden Berdasarkan Usia

Selanjutnya, pada Gambar 3, ditunjukkan bahwa responden didominasi oleh kaum perempuan sebanyak 40 orang (55%), serta laki-laki selisih sedikit yaitu 33 orang (45%).



Gambar 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4 menyajikan data karakteristik responden dilihat dari sisi pekerjaannya. Responden pelajar atau mahasiswa menjadi terbanyak, yaitu 56 orang (77%). Sisanya terdiri dari ibu rumah tangga (10%), pekerjaan tidak tercantum di kuesioner (5%), wiraswasta (4%), PNS (3%), dan wirausaha (1%).



Gambar 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Uji validitas digunakan untuk memastikan setiap item dalam kuesioner dapat dikatakan valid untuk mengukur variabel. Uji ini dilakukan dengan menghitung korelasi antara setiap item dengan total skor variabel. Jika nilai korelasi (r-hitung) lebih besar dari r-tabel (0,230), maka item dinyatakan valid.

Tabel 2 menampilkan hasil uji validitas pada aplikasi ShopeeFood, sedangkan Tabel 3 menunjukkan hasil uji validitas untuk Go Food. Seluruh item dalam kuesioner kedua aplikasi ini menunjukkan r-hitung lebih besar dari r-tabel, yang berarti semuanya valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validasi ShopeeFood

Method	Dimensi	ID	rHitung	rTabel	Status
SUS	Learnability	Le1	0.793	0.230	Valid
		Le2	0.775		
		Le3	0.736		
	Efficiency	Ef1	0.786		
		Ef2	0.764		
		Ef3	0.763		
	Remember	Re1	0.754		
		Re2	0.713		
	Error	Er1	0.698		
		Er2	0.782		
	Pleasant	Pl1	0.755		
		Pl2	0.808		
		Pl3	0.816		
		Pl4	0.814		
EUCS	Content	Co1	0.782		
		Co2	0.819		
		Co3	0.775		
	Accuracy	Ac1	0.777		

	Ac2	0.788
	Ac3	0.803
Format	Fo1	0.767
	Fo2	0.841
	Fo3	0.798
Ease of Use	Eou1	0.767
	Eou2	0.805
	Eou3	0.769
Timelines	Ti1	0.729
	Ti2	0.745
	Ti3	0.774

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Go Food

Method	Dimensi	ID	rHitung	rTabel	Status
SUS	Learnability	Le1	0.779	0.230	Valid
		Le2	0.809		
		Le3	0.802		
	Efficiency	Ef1	0.800		
		Ef2	0.803		
		Ef3	0.673		
	Remember	Re1	0.742		
		Re2	0.726		
	Error	Er1	0.707		
		Er2	0.819		
	Pleasant	P11	0.744		
		P12	0.850		
		P13	0.754		
		P14	0.814		
EUCS	Content	Co1	0.845		
		Co2	0.836		
		Co3	0.854		
	Accuracy	Ac1	0.771		
		Ac2	0.749		
		Ac3	0.722		
	Format	Fo1	0.809		
		Fo2	0.822		
		Fo3	0.770		
	Ease of Use	Eou1	0.832		
Eou2		0.827			
Eou3		0.735			
Timelines	Ti1	0.819			
	Ti2	0.776			
	Ti3	0.780			

Pada ShopeeFood, nilai r-hitung tertinggi terdapat pada variabel Format (F2) sebesar 0,841, dan nilai terendah pada variabel *Error* (ER1) sebesar 0,698. Sementara itu, untuk Go Food, nilai tertinggi

ditemukan pada variabel *Content* (C3) sebesar 0,854, dan nilai terendah pada variabel *Efficiency* (E3) sebesar 0,673.

Uji reliabilitas fungsinya untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Metode yang digunakan adalah Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai Alpha > 0,6 untuk ShopeeFood dan > 0,7 untuk Go Food. Hasil uji reliabilitas ditampilkan pada Tabel 4 dan Tabel 5. Semua variabel dinyatakan reliabel. Untuk ShopeeFood, variabel dengan Alpha tertinggi adalah *Accuracy* (0,839), dan yang terendah adalah *Remember* (0,721). Sementara pada Go Food, variabel dengan Alpha tertinggi adalah *Content* (0,860) dan terendah adalah *Error* (0,740).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas SUS dan EUCS Shopeefood

Dimensi	Nilai Alpha	rTabel	Status
Learnability	0.765		
Efficiency	0.802		
Remember	0.721		
Error	0.797		
Pleasant	0.774		
Content	0.786	0.6	Reliabel
Accuracy	0.839		
Format	0.729		
Ease of Use	0.799		
Timeliness	0.765		

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas SUS dan EUCS Go Food

Dimensi	Nilai Alpha	rTabel	Status
Learnability	0.780		
Efficiency	0.810		
Remember	0.760		
Error	0.740		
Pleasant	0.850		
Content	0.860	0.7	Reliabel
Accuracy	0.800		
Format	0.830		
Ease of Use	0.820		
Timeliness	0.790		

Tingkat kepuasan pengguna diukur menggunakan metode SUS maupun EUCS, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 6 dan Tabel 7. Pada aplikasi ShopeeFood, semua variabel memiliki rata-rata skor antara 3,89–4,17 dan berada pada kategori “Memuaskan.” Skor tertinggi terdapat pada variabel *Learnability* (4,17) dan terendah pada *Error* (3,93). Sedangkan pada aplikasi Go Food, semua variabel memiliki skor di atas 4. Variabel *Learnability* mencatat skor tertinggi (4,26), yang masuk kategori “Sangat Puas,” dan *Error* memiliki skor terendah (4,02).

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi ShopeeFood

Method	Dimensi	Rerata	Level	Status
SUS	Learnability	4.17	4	Memuaskan
	Efficiency	4.13	4	Memuaskan
	Remember	4.02	4	Memuaskan
	Error	3.93	4	Memuaskan
	Pleasant	4.06	4	Memuaskan
EUCS	Content	4.01	4	Memuaskan

Accuracy	3.95	4	Memuaskan
Format	3.9	4	Memuaskan
Ease Of Use	4.03	4	Memuaskan
Timelines	3.89	4	Memuaskan

Tabel 7. Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi GoFood

Method	Dimensi	Rerata	Level	Status
SUS	Learnability	4.26	5	Sangat Puas
	Efficiency	4.12	4	Memuaskan
	Remember	4.18	4	Memuaskan
	Error	4.02	4	Memuaskan
	Pleasant	4.14	4	Memuaskan
EUCS	Content	4.01	4	Memuaskan
	Accuracy	4.03	4	Memuaskan
	Format	4	4	Memuaskan
	Ease Of Use	4.08	4	Memuaskan
	Timelines	4.09	4	Memuaskan

Berdasarkan metode EUCS, pada ShopeeFood skor tertinggi terdapat pada variabel *Ease of Use* (4,03), sedangkan skor terendah pada *Timeliness* (3,89). Di sisi lain, Go Food memperoleh skor tertinggi pada *Timeliness* (4,09) dan skor terendah pada Format (4,00). Secara umum, kedua aplikasi menunjukkan kategori kepuasan pengguna “Memuaskan,” dengan Go Food sedikit lebih unggul.

Untuk mengetahui hubungan antara tingkat kegunaan sistem (*usability*) dan kepuasan pengguna (*satisfaction*), dilakukan uji korelasi menggunakan metode Spearman’s Rho karena data bersifat ordinal.

Tabel 8. Uji Korelasi SUS dengan EUCS

		USABILITY	SATISFACTION
Spearman's rho	USABILITY		
	Correlation Coefficient	1.000	0.850
	Sig. (2-tailed)	.	0
	N	73	73
	SATISFACTION		
	Correlation Coefficient	0.850	1
	Sig. (2-tailed)	0	.
	N	73	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 8, memperlihatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,850 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini mengindikasikan adanya korelasi bernilai positif antara *usability* dan *satisfaction* sangat kuat. Berdasarkan klasifikasi Dancey dan Reidy, korelasi di atas 0,70 termasuk dalam kategori sangat kuat.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua aplikasi memiliki keunggulan dalam aspek kemudahan dipelajari (*Learnability*), dengan Go Food mencatat skor lebih tinggi (4,26) dibandingkan Shopee Food (4,17). Namun demikian, aspek pengelolaan kesalahan (*Error*) menjadi kelemahan pada kedua aplikasi, terutama pada Shopee Food yang mencatat skor terendah (3,93). Dari sisi kepuasan pengguna, Shopee Food lebih unggul dalam hal kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) dengan skor 4,03, sedangkan Go Food menunjukkan performa terbaik dalam aspek kecepatan layanan (*Timeliness*) dengan skor 4,09.

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara tingkat kegunaan (*usability*) dan kepuasan pengguna (*satisfaction*), dengan koefisien korelasi sebesar 0,850 dan nilai signifikansi 0,000. Secara keseluruhan, Go Food memiliki performa sedikit lebih baik dibandingkan Shopee Food, terutama pada aspek kemudahan belajar dan pengelolaan kesalahan. Meskipun demikian, Shopee Food tetap memberikan pengalaman pengguna yang positif melalui kemudahan penggunaannya. Pengembangan ke depan, disarankan agar Shopee Food meningkatkan sistem dalam hal pengelolaan kesalahan dan ketepatan waktu layanan. Sementara itu, Go Food perlu melakukan perbaikan terhadap tata letak antarmuka (format) guna meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Aulia Rahardjo, I. Iswati, and A. Fitriyasari, “Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi ShopeeFood di Surabaya Selatan,” *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, vol. 15, no. 2, Jun. 2024, [Online]. Available: <https://journal.ikopin.ac.id>
- [2] R. A. Rahman, V. H. Pranatawijaya, and N. N. K. Sari, “Analisis Sentimen Berbasis Aspek pada Ulasan Aplikasi Gojek,” *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 4, no. 1, pp. 70–82, Jun. 2024.
- [3] T. J. I. Putra and F. Asj’ari, “Pengaruh Free Shipping, Flash Sale Dan Cashback Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee Di Surabaya Pada Masa Pandemi Covid 19,” *JAMANIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, pp. 31–37.
- [4] S. F. T. Andalas, “209,3 Juta Orang di Indonesia Menggunakan Smartphone pada Tahun 2023.”
- [5] A. E. Cahyani and Y. P. Astuti, “Analisis Strategi Persaingan Layanan Jasa Pesan-Antar Makanan Menggunakan Game Theory (Studi Kasus Persaingan ShopeeFood Dan Gofood),” *MATHunesa Jurnal Ilmiah Matematika*, vol. 10, no. 1, pp. 190–198, 2022.
- [6] A. C. M. Sari, W. Winarso, and H. Anas, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di ShopeeFood,” *JURNAL ECONOMINA*, vol. 2, no. 9, pp. 2610–2627, Sep. 2023, doi: 10.55681/economina.v2i9.837.
- [7] S. N. Rismanah, R. Astuti, and F. M. Basysyar, “Penerapan Algoritma Support Vector Machine Dalam Menganalisis Sentimen Ulasan Pelanggan ShopeeFood Berdasarkan Twitter,” *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, vol. 8, no. 1, pp. 406–412, Feb. 2024.
- [8] B. Dewansyah, N. Gunawan, C. Lukita, and S. Pranata, “Analisis Pengaruh Harga Makanan, Biaya Delivery, Dan Biaya Aplikasi Terhadap Pengambilan Keputusan Transaksi Gofood Pada Aplikasi Gojek Dengan Kondisi Keuangan Sebagai Variabel Moderator,” *Jurnal Digit*, vol. 13, no. 2, pp. 144–153, Nov. 2023.
- [9] J. A. Putri and W. N. Faroh, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Toko Online Bobby Bakery),” *JISM Jurnal Ilmiah Swara Manajemen Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen*, vol. 3, no. 3, pp. 637–650, Sep. 2023, doi: 10.32493/jism.v3i3.
- [10] Q. Qurrotul A’yun, M. Waluyo, and R. Artikel, “Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan ShopeeFood Delivery di Kota Surabaya dengan Pendekatan Customer Value Analysis (CVA),” *Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri Universitas Kadiri*, vol. 6, no. 1, pp. 14–29, Oct. 2022, doi: 10.30737/jatiunik.v6i1.2650.g2384.
- [11] M. Kartika Sari, H. Jati Setyadi, and V. Zahrotun Kamila, “Penerapan Model Use Questionnaire untuk Menganalisis Usability yang Dipengaruhi oleh User Experience pada Aplikasi Shopee,” *JITSI: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, vol. 4, no. 2, pp. 64–73, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal-itsi.org>
- [12] N. Aprillia and M. R. Sanjaya, “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Gofood Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction,” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 5, no. 4, pp. 511–520, Oct. 2023, doi: 10.47233/jteksis.v5i4.1053.
- [13] N. Hidayah and A. Nugroho, “Analisis Kepuasan Pengguna Layanan GoFood pada Aplikasi Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction di Kota Salatiga,” *JIPI (Jurnal Ilmiah*

- Penelitian dan Pembelajaran Informatika*), vol. 9, no. 4, pp. 1855–1868, 2024, doi: 10.29100/jipi.v9i4.5509.
- [14] M. I. Farouqi, I. Aknuranda, and A. D. Herlambang, “Evaluasi Usability pada Aplikasi Go-Jek Dengan Menggunakan Metode Pengujian Usability,” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 9, pp. 3110–3117, Sep. 2018, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [15] B. Santoso, A. Haidir, P. Priyono, H. Destiana, and M. H. Fakhriza, “Analisis Tingkat Kepuasan Penggunaan Aplikasi Gojek Khusus Driver Menggunakan Metode EUCS,” *Jurnal Ilmiah Komputasi*, vol. 23, no. 1, pp. 105–112, Mar. 2024, doi: 10.32409/jikstik.23.1.3514.
- [16] C. D. A. A. P. Chrishariyani, Y. Rahman, and Q. Aini, “Kepuasan Pengguna Layanan Shopee Food Menggunakan Algoritma Naive Bayes,” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 99–106, Nov. 2022, doi: 10.21456/vol12iss2pp99-106.
- [17] S. Purwati, S. Mayasari, and N. Oktyajati, “Analisis Kepuasan Pelanggan Layanan ShopeeFood dengan Menggunakan Metode E-Service Quality,” *JUMINTEN: Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, vol. 3, no. 3, pp. 1–12, Sep. 2022, doi: 10.33005/juminten.v3i1.382.
- [18] O. Perangin-Angin and J. I. Sihotang, “Shopeefood Customer Satisfaction Modeling Based on Webqual 4.0 and Kano Method,” *Jurnal TelKa*, vol. 13, no. 1, pp. 17–29, Apr. 2023.
- [19] M. Shania and T. Tranggono, “Analisis Usability Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS),” *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, vol. 9, no. 2, pp. 452–465, May 2024, doi: 10.28926/briliant.v9i2.1884.
- [20] N. Huda, F. Habrizons, A. Satriawan, M. Iranda, and T. Pramuda, “Analisis Usability Testing Menggunakan Metode SUS (System Usability Scale) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee,” *SIMKOM*, vol. 8, no. 2, pp. 208–220, Aug. 2023, doi: 10.51717/simkom.v8i2.158.
- [21] P. Angga Buana, A. Wicaksana, and S. Adinugroho, “Pengukuran Kegunaan dan Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Virtual Tour Reality dalam Meningkatkan Pengalaman Wisata,” *Jurnal Algoritma*, vol. 21, no. 2, Nov. 2024, doi: 10.33364/algoritma/v.21-2.1991.
- [22] N. M. T. M, N. R. Oktadini, P. Putra, P. E. Sevtiyuni, and A. Meiriza, “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Netflix Mobile di Kota Palembang Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS),” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, vol. 7, no. 1, pp. 155–164, Jan. 2024, doi: 10.32493/jtsi.v7i1.37833.
- [23] P. Angga Buana, Y. A. Prasetyo, M. Muhsinin, M. S. Riza, A. M. Arif, and A. T. Prakoso, “User Satisfaction Evaluation of Meta AI Integration in WhatsApp: A Quantitative EUCS Approach,” *Computer Engineering and Artificial Intelligence*, vol. 1, no. 2, pp. 77–84, Dec. 2024, [Online]. Available: <https://journal.redtechidn.org/index.php/itcea>
- [24] F. N. Faizah and Z. Zulfaturrohmaniyah, “GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z?,” *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 7, no. 2, pp. 157–168, Mar. 2022, doi: 10.21093/at.v7i2.4801.
- [25] Anisah Fadhilah and Tata Sutabri, “Analisis Pengukuran Kualitas Marketplace Shopee Menggunakan Metode Six Sigma pada PT. Shopee Internasional Indonesia,” *Venus: Jurnal Publikasi Rumpun Ilmu Teknik*, vol. 2, no. 6, pp. 96–104, Dec. 2024, doi: 10.61132/venus.v2i6.631.