

An EUCS-Based Analysis of Student Satisfaction with ShopeePay

Egi E. Ningsih

Department of Informatics, Dinamika Bangsa University, Jambi, Indonesia
E-mail: egierdiyaningsih5@gmail.com

Beni Irawan

Department of Informatics, Dinamika Bangsa University, Jambi, Indonesia
E-mail: beben_delpiero@yahoo.co.id
*Corresponding Author

Dwi A. Gusriyanti

Department of Informatics, Dinamika Bangsa University, Jambi, Indonesia
E-mail: ayumahadi29@gmail.com

Amroni

Department of Information System, Dinamika Bangsa University, Jambi, Indonesia
E-mail: bh36be@gmail.com

Received: 21 January, 2026; Accepted: 26 January, 2026; Published: 30 January, 2026

Abstract: ShopeePay is one of the digital wallet services widely used in online and offline transactions, especially among students. As part of the Shopee ecosystem, ShopeePay is expected to provide convenient, accurate, and satisfying services for its users. However, several limitations, such as the absence of cash withdrawal features, virtual debit cards, and investment services, may affect user satisfaction. These issues indicate the need for an evaluation of ShopeePay from the perspective of end users. This study aims to analyze the factors that influence user satisfaction with the ShopeePay application using the End User Computing Satisfaction (EUCS) model. The research adopts a quantitative approach by distributing questionnaires to students of Universitas Dinamika Bangsa (UNAMA) who actively use ShopeePay. The EUCS variables examined include Content, Accuracy, Format, Ease of Use, and Timeliness. Data analysis was conducted using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software and bootstrapping techniques. The results show that three variables significantly affect user satisfaction, while two variables do not. Among all variables, Format has the strongest influence on user satisfaction, highlighting the importance of interface design and information presentation.

Keywords: Analysis, Usage Factors, ShopeePay Application, EUCS.

I. Introduction

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor keuangan. Sistem pembayaran digital semakin populer seiring meningkatnya penggunaan e-Commerce dan transaksi non-tunai di Indonesia [1]. Di Indonesia, layanan pembayaran digital telah menjadi bagian penting dari kegiatan sehari-hari, khususnya di kalangan pengguna platform e-Commerce [2]. Hal ini dikarenakan mempermudah masyarakat untuk melakukan pembelian dari offline ke pembelian online sehingga memudahkan berbelanja online di marketplace tanpa harus datang langsung ke tempat perbelanjaan (offline), ini menyebabkan beralihnya sistem pembayaran digital dari tunai menjadi non-tunai. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah sistem pembayaran digital (e-wallet) yang memudahkan transaksi tanpa harus menggunakan uang tunai [3]. Salah satu dompet digital yang populer di Indonesia adalah ShopeePay, yang merupakan fitur pembayaran digital terintegrasi dalam aplikasi e-commerce Shopee [4]. Seperti penggunaan uang elektronik untuk pembayaran digital semakin popular di Indonesia, sejalan dengan pertumbuhan bisnis teknologi finansial yang juga berkontribusi terhadap munculnya perusahaan-perusahaan startup di sektor keuangan digital [5]. Salah satu inovasi yang muncul adalah aplikasi dompet digital, dompet digital adalah aplikasi platform digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara elektronik dan melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa perlu uang tunai atau fisik [6].

ShopeePay adalah salah satu aplikasi dompet digital yang populer di Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa, karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi digital [7]. ShopeePay pertama kali diperkenalkan sebagai alat pembayaran pembelian dan pembayaran. Shopeepay menyediakan berbagai fitur yang

mendukung berbagai transaksi, seperti top-up saldo, pembayaran tagihan, transfer uang antar pengguna, pembayaran merchant fisik melalui QRIS, dan mendapatkan cashback. Selain itu, Shopeepay juga sering memberikan promo dan diskon menarik yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi penggunanya. Di aplikasi Shopee untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi, penggunaan e-wallet seperti ShopeePay terus meningkat seiring dengan tren belanja online dan kebutuhan transaksi non-tunai di kalangan generasi muda [8]. Kebutuhan akan proses transaksi yang cepat, praktis, efektif dan efisien ini direspon oleh perusahaan dan penyedia jasa dengan memberikan layanan kemudahan akses informasi serta menghubungkan penyedia barang dan jasa dengan konsumennya melalui penerapan aplikasi teknologi informasi yang bersifat modern, seperti e-commerce [9]. E-commerce merupakan proses dimana seseorang dapat melakukan kegiatan jual beli dengan menggunakan media internet. ShopeePay mencukupi kebutuhan pengguna dalam melakukan transaksi non-tunai dengan menggunakan saldo yang disimpan [10].

Meskipun ShopeePay menjadi salah satu dompet digital yang banyak digunakan di Indonesia, ShopeePay masih memiliki keterbatasan pada fiturnya jika dibandingkan dengan aplikasi e-wallet lainnya. Seperti pada fitur tarik tunai yang belum bisa dilakukan melalui ATM, belum adanya fitur virtual card atau kartu debit digital, serta belum tersedianya fitur investasi pada aplikasi ShopeePay [11]. Ketiadaan fitur-fitur ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pengguna dan mendorong mereka untuk beralih ke platform lain yang menawarkan layanan lebih lengkap. Meskipun ShopeePay memiliki berbagai keunggulan, tantangan tetap ada dalam memastikan seluruh pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan menjadi penentu utama tingkat kepuasan pengguna, di mana tingkat keamanan transaksi menjadi salah satu pertimbangan utama pengguna dalam memilih aplikasi dompet digital [12]. Khususnya bagi kalangan mahasiswa, faktor-faktor ini sangat berpengaruh dalam memilih dan menggunakan aplikasi dompet digital. Namun demikian, hingga saat ini belum banyak penelitian yang secara spesifik menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna ShopeePay di kalangan mahasiswa UNAMA dengan menggunakan pendekatan End User Computing Satisfaction (EUCS).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna ShopeePay di kalangan mahasiswa Universitas Dinamika Bangsa (UNAMA). Metode kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antar variabel secara objektif dan sistematis berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden [14].

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa UNAMA yang aktif menggunakan aplikasi ShopeePay. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan mahasiswa yang pernah dan masih menggunakan ShopeePay sebagai alat transaksi non-tunai [15]. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur tingkat persepsi dan kepuasan responden terhadap layanan ShopeePay [16].

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. PLS-SEM digunakan karena mampu menganalisis model dengan banyak variabel laten serta tidak menuntut asumsi distribusi data normal, sehingga sesuai untuk penelitian sistem informasi dan kepuasan pengguna [17]. Model penelitian ini mengacu pada pendekatan End User Computing Satisfaction (EUCS) yang mengukur kepuasan pengguna berdasarkan lima dimensi, yaitu isi (content), keakuratan (accuracy), format (format), kemudahan penggunaan (ease of use), dan ketepatan waktu (timeliness) [18].

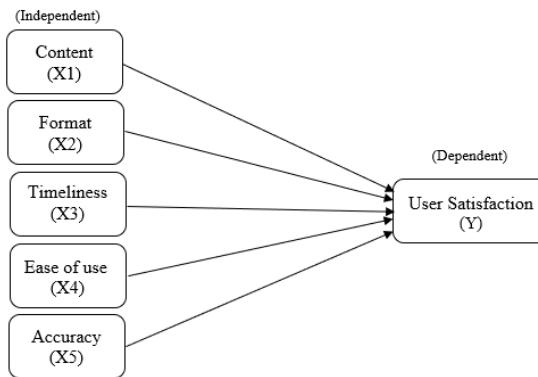
Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini akan berfokus pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna ShopeePay di kalangan mahasiswa UNAMA. Metode EUCS akan digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna berdasarkan dimensi-dimensi yang relevan. Dengan adanya penjelasan di atas, penulis memilih metode EUCS yang merupakan model untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi ShopeePay. Model EUCS membahas mengenai faktor-faktor yang mendorong pengguna dalam menerima dan menggunakan aplikasi, untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi dengan menggunakan metode EUCS yang terdiri dari lima aspek, yaitu isi (content), keakuratan (accuracy), format (format), ketepatan waktu (timeliness), dan kemudahan penggunaan sistem (ease of use) [13].

II. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. Model Penelitian

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun berdasarkan model End User Computing Satisfaction (EUCS). Model ini menjelaskan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh lima variabel independen, yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness. Kelima variabel tersebut diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna aplikasi ShopeePay. Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel EUCS terhadap kepuasan pengguna.

Model penelitian yang dibangun pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.

**Gambar 1. Model Penelitian**

2.2 Hipotesis Penelitian

Dari model penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1, maka dibangulah hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1: Variabel content (X1) memberikan dampak positif serta signifikan terhadap user satisfaction (Y)
- H2: Variabel accuracy (X2) memberikan dampak positif serta signifikan terhadap user satisfaction (Y)
- H3: Variabel format (X3) memberikan dampak positif serta signifikan terhadap user satisfaction (Y)
- H4: Variabel ease of use (X4) memberikan dampak positif serta signifikan terhadap user satisfaction (Y)
- H5: Variabel timeliness (X5) memberikan dampak positif serta signifikan terhadap user satisfaction (Y)

III. Research Methodology

3.1. Tahapan Penelitian

Kerangka dalam penelitian adalah kumpulan konsep yang tersusun secara sistematis agar tujuan penelitian yang dilakukan menjadi baik, maka perlu adanya kerangka kerja (Framework) sebagai pedoman agar penelitian tersebut tersusun secara sistematis.

Identifikasi Masalah, pada tahap ini dilakukan penentuan objek penelitian yang akan diteliti lalu menetapkan masalah yang ingin dianalisis pada objek penelitian, pada tahap ini juga peneliti melakukan penentuan metode yang akan digunakan untuk menganalisis objek penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pada aplikasi shopeepay pada mahasiswa Unama[9].

Studi literatur, pada tahap ini dilakukan pencarian dengan landasan teori yang diperoleh dari jurnal dan juga internet untuk melengkapi konsep dan teori yang digunakan sehingga memiliki landasan dan keilmuan yang baik dan sesuai dengan tujuan agar teori yang dibahas memiliki landasan dan keilmuan yang ilmiah dari penelitian tersebut sehingga dapat mempermudah dalam memahami konsep dan teori yang digunakan dari penelitian yang dibahas.

Konseptual Model, pada tahap konseptual model diawali dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang diperoleh dari kegiatan studi literatur sebelumnya. Selanjutnya, membuat konsep yang dapat menggambarkan tingkat faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pada aplikasi shopeepay pada mahasiswa Unama.

Pengumpulan Data, pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuesioner, metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada pengguna aplikasi Shopeepay berupa pertanyaan dalam bentuk google form untuk diisi dan yang berhubungan dengan objek penelitiannya yaitu faktor-faktor pengguna pada aplikasi Shopeepay. Metode yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data berupa kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner secara online guna menghemat biaya, waktu dan jenis responden yang didapat beragam kuesioner yang dibuat di google form dengan 3 indikator untuk masing-masing variabel yang digunakan kemudian dilakukan penyebarluasan kuesioner secara online bisa melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook dan media sosial lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebarluasan kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada mahasiswa Universitas Dinamika Bangsa yang aktif menggunakan aplikasi ShopeePay. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 356 mahasiswa. Instrumen penelitian disusun berdasarkan dimensi EUCS dengan menggunakan skala Likert. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Analisis data meliputi pengujian model pengukuran melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, serta pengujian model struktural melalui nilai R-Square, F-Square, dan uji hipotesis menggunakan teknik bootstrapping.

Analisis Data, pada tahap ini data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan SmartPLS 4.0 dan metode kuantitatif sehingga peneliti dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pada aplikasi shopeepay pada mahasiswa Unama. Teknik analisa yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan PLS

SEM.

Pembuatan Laporan, tahap akhir pada penelitian ini adalah pembuatan laporan, semua data yang telah didapatkan dan dianalisis kemudian membuat kesimpulan terhadap seluruh kegiatan analisis yang telah dilakukan dan dibuat menjadi sebuah laporan.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[10].

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengguna dari aplikasi Shopeepay. Dalam penelitian ini jumlah populasi diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling (tidak seluruh populasi diambil)[11].

Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristiknya[12]. Peneliti menghadapi kasus dimana jumlah populasi yang ada sangat banyak (sulit diketahui secara pasti), sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Non-Probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan dengan metode Purposive Sampling, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang digunakan berdasarkan karakteristik responden.

Sampel sebagian yang diambil populasi adalah sampel penelitian, sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah tetapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 356 responden pengguna aktif aplikasi Shopeepay. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah responden, digunakan rumus Slovin[13]:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = jumlah total populasi

e = batas toleransi error (batasan toleransi ditetapkan 5%)

e = error, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan sebesar 5% atau 0,5.

Apabila dilakukan perhitungan menggunakan rumus diatas, maka jumlah minimum sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{3229}{1+3229 (5\%)^2} = \frac{3229}{1+3229 (0.0025)} = \frac{3229}{9,37} = 356 \text{ pengguna} \quad (2)$$

Jadi, terdapat data tentang mahasiswa aktif Unama yaitu sebanyak 3229 mahasiswa aktif, dan batas toleransi error yang ditetapkan sebesar 5%. Dengan menggunakan rumus slovin, diperoleh jumlah sampel sebanyak 356 responden.

Berikut ini adalah variabel dan indikator yang digunakan pada penelitian terhadap aplikasi SHOPPE PAY yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Variabel Independent Penelitian

VARIBEL INDEPENDENT	DEFINISI	REFERENSI
Content (X1)	untuk mengukur sebuah informasi yang dihasilkan oleh sistem, apakah informasi tersebut sudah sesuai atau belum sesuai dengan kebutuhan pengguna.	[14]
Accuracy (X2)	untuk menghitung seberapa sering sistem melakukan kesalahan dalam proses pengolahan data.	[14]
Format (X3)	untuk pengukur kepuasan pengguna terhadap tampilan yang dihasilkan oleh sistem.	[14]
Ease Of Use (X4)	untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap kemudahan pengguna (user friendly) pada saat pengguna menggunakan sistem.	[14]
Timeliness (X5)	untuk menghitung ketepatan waktu dari suatu sistem dalam memberikan data dan informasi ke pengguna.	[14]

Tabel 2. Variabel Dependent Penelitian

VARIBEL DEPENDENT	DEFINISI	REFERENSI
<i>User Satisfaction</i> (Y)	User satisfaction dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai perasaan yang muncul pada pelanggan setelah menggunakan layanan Aplikasi Jenius.	[14]

Tabel 3. Indikator Penelitian

DIMENSI	INDIKATOR	VARIABEL
<i>Content</i>	a. Isi dari informasi pada aplikasi ShopeePay sesuai kebutuhan anda b. Informasi pada aplikasi ShopeePay mudah dipahami c. Informasi yang ditampilkan pada aplikasi ShopeePay bermanfaat d. Aplikasi shopeePay memberikan informasi yang lengkap	X1.1 X1.2 X1.3 X1.4
<i>Accuracy</i>	a. Informasi yang diberikan oleh aplikasi ShopeePay sudah akurat b. Aplikasi ShopeePay jarang terjadi error dan kesalahan c. Aplikasi ShopeePay memiliki tingkat keamanan yang baik	X2.1 X2.2 X2.3
<i>Format</i>	a. Aplikasi shopeePay memiliki tampilan yang menarik b. Aplikasi shopeePay memiliki kombinasi warna yang serasi c. Huruf pada aplikasi ShopeePay tersebut mudah dibaca dan jelas	X3.1 X3.2 X3.3
<i>Ease Of Use</i>	a. Aplikasi mudah digunakan b. Aplikasi shopeePay mudah untuk didownload dan diakses dari handphone c. Dalam memahami penngunaan aplikasi ShopeePay tidak membutuhkan waktu yang lama	X4.1 X4.2 X4.3
<i>Timeliness</i>	a. Pada saat membuka aplikasi ShopeePay tidak membutuhkan waktu yang lama b. Aplikasi ShopeePay menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dengan cepat c. Pada saat menejalakan menu dan fitur pada aplikasi ShopeePay tidak membutuhkan waktu yang lama	X5.1 X5.2 X5.3
<i>User Satisfaction</i>	a. Apakah aplikasi ShopeePay sesuai dengan kebutuhan anda b. Apakah aplikasi shopeePay dapat diandalkan dimana saja dan kapan saja c. Apakah aplikasi ShopeePay mempermudah dalam mencari apa yang anda butuhkan	Y1.1 Y1.2 Y1.3

IV. Results and Discussion

4.1. Uji Validitas Konvergen

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Konvergen

Accuracy (X2)	Content (X1)	Ease Of Use (X4)	Format (X3)	Timeliness (X5)	User Satisfaction (Y)
X1.1	0.990				
X1.2	0.990				
X1.3	0.963				
X1.4	0.973				
X2.1	0.943				
X2.2	0.977				
X2.3	0.970				
X3.1		0.958			
X3.2		0.964			
X3.3		0.982			
X4.1		0.938			
X4.2		0.968			

X4.3	0.977
X5.1	0.961
X5.2	0.977
X5.3	0.984
Y1.1	0.954
Y1.2	0.960
Y1.3	0.926

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa semua nilai outer loading sudah memiliki nilai $> 0,7$, sehingga indikator untuk semua variabel sudah tidak ada lagi yang harus dieliminasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria uji validitas konvergen.

4.2 Uji Validitas Diskriminan (Cross Loadings)

Tabel 5. Nilai Uji Validitas Diskriminan (Cross Loadings)

	Accuracy (X2)	Content (X1)	Ease Of Use (X4)	Format (X3)	Timeliness (X5)	User Satisfaction (Y)
X1.1	0.973	0.990	0.963	0.964	0.985	0.934
X1.2	0.966	0.990	0.962	0.967	0.984	0.937
X1.3	0.932	0.963	0.966	0.958	0.951	0.949
X1.4	0.975	0.973	0.953	0.48	0.971	0.924
X2.1	0.943	0.880	0.908	0.872	0.901	0.852
X2.2	0.977	0.974	0.950	0.945	0.968	0.923
X2.3	0.970	0.980	0.974	0.972	0.978	0.952
X3.1	0.971	0.970	0.951	0.958	0.973	0.927
X3.2	0.892	0.909	0.928	0.964	0.909	0.951
X3.3	0.946	0.969	0.973	0.982	0.969	0.957
X4.1	0.950	0.907	0.938	0.894	0.925	0.877
X4.2	0.917	0.947	0.968	0.959	0.938	0.958
X4.3	0.964	0.977	0.977	0.975	0.977	0.954
X5.1	0.962	0.938	0.938	0.924	0.961	0.895
X5.2	0.955	0.974	0.975	0.979	0.977	0.956
X5.3	0.966	0.991	0.965	0.963	0.984	0.935
Y1.1	0.969	0.975	0.967	0.964	0.973	0.954
Y1.2	0.892	0.911	0.932	0.937	0.908	0.960
Y1.3	0.818	0.824	0.846	0.868	0.823	0.926

Pada tabel 5 menunjukkan bahwa indikator yang memiliki loading factor atau nilai korelasi lebih besar terhadap variabel lainnya dibandingkan ke variabel lainnya, dapat dikatakan bahwa syarat uji diskriminan validitas terpenuhi atau memiliki model yang baik dengan melihat nilai cross loadings, atau sudah $> 0,70$.

4.3. Validitas Nilai AVE

Tabel 6. Nilai AVE

Average Variance Extracted (AVE)	
Accuracy (X2)	0.928
Content (X1)	0.958
Ease Of Use (X4)	0.924
Format (X3)	0.938

Timeliness (X5)	0.949
User Satisfaction (Y1)	0.896

Berdasarkan tabel 6 menunjukan bahwa nilai AVE pada variabel Conten (X1) sebesar 0,958, Accuracy (X2) dengan nilai 0,928, Format (X3) dengan nilai 0,938, Ease Of Use (X4) dengan nilai 0,924, Timeliness (X5) dengan nilai 0.949, User Satisfaction (Y1) dengan nilai 0,896, sehingga dapat dikatakan bahwa model pengukuran tersebut valid secara validitas diskriminan dengan melihat nilai AVE.

4.4. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability)

Tabel 7. Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)
Accuracy (X2)	0.961	0.965	0.975
Content (X1)	0.985	0.985	0.989
Ease Of Use (X4)	0.959	0.962	0.973
Format (X3)	0.967	0.967	0.978
Timeliness (X5)	0.973	0.974	0.982
User Satisfaction (Y1)	0.942	0.945	0.963

Pada tabel 7 menunjukan bahwa nilai Composite Reliability untuk semua variabel telah memenui syarat yaitu $> 0,60$. Nilai Composite Reliability tertinggi dimiliki oleh variabel Conten (X1) yaitu 0,985 dan 0,989, dan nilai terendah yaitu pada variabel User Satisfaction (Y1) sebesar 0,945 dan 0,963. Sedangkan pada nilai Cronbach's Alpha semua variabel telah memenuhi syarat yaitu minimal 0,7, nilai Cronbach's Alpha tertinggi pada variabel Ease Of Use (X4) sebesar 0,985 dan nilai terendah pada variabel User Satisfaction (Y1) yaitu 0,942. Dengan Demikian, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk semua variabel pada penelitian ini telah memenuhi kriteria yang ditetapkan sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini reliabel.

4.5. Uji R-Square (R2)

Tabel 8. Nilai R-Square (R2)

	R Square	R Square Adjusted
User Satisfaction (Y)	0.960	0.960

Pada tabel 8 dapat diketahui bahwa user satisfaction (Y) diperoleh nilai R2 sebesar 0,960 dapat dikatakan bahwa pengaruhnya tinggi terhadap variabel bebas lainnya.

4.6. Uji F-Square (F2)

Tabel 9. Nilai F-Square (F2)

	User Satisfaction (Y1)
Accuracy (X2)	0.000
Content (X1)	0.012
Ease Of Use (X4)	0.131
Format (X3)	0.489
Timeliness (X5)	0.070

Berdasarkan hasil uji F-Square, variabel Format (X3) memiliki pengaruh paling besar terhadap Kepuasan Pengguna (Y) dengan nilai 0,489, yang termasuk dalam kategori besar. Sementara itu, variabel Timeliness (X5) dan Ease of Use (X4) menunjukkan pengaruh kecil, masing-masing sebesar 0,104 dan 0,026. Adapun variabel Content (X1) dan Accuracy (X2) memiliki nilai yang sangat rendah, yaitu 0,000 dan 0,012, sehingga dikategorikan memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa Timeliness merupakan faktor yang paling berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pengguna dibandingkan variabel lainnya.

4.7. Uji Hipotesis

Tabel 10. Nilai Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Accuracy_(X2) -> User Satisfaction_(Y)	-0.007	-0.004	0.078	0.085	0.932
Content_(X1) -> User Satisfaction_(Y)	0.205	0.192	0.115	1.775	0.076
Ease of use_(X4) -> User Satisfaction_(Y)	0.509	0.501	0.097	5.225	0.000
Format_(X3) -> User Satisfaction_(Y)	0.849	0.859	0.083	10.239	0.000
Timeliness_(X5) -> User Satisfaction_(Y)	-0.577	-0.569	0.123	4.705	0.000

Berdasarkan pada tabel 10 dapat disimpulkan bahwa dari 5 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hipotesis yang diterima yaitu hipotesis 3, 4 dan 5 sedangkan hipotesis 1 dan 2 ditolak. Nilai pada tabel 7 seluruhnya didapatkan melalui perhitungan langsung dengan software SMARTPLS.

Pembahasan Hipotesis 1, Hasil pengujian bootstrapping pada software SMARTPLS membuktikan bahwa hubungan variabel Content (X1) terhadap User Satisfaction (Y) memiliki t-statistics sebesar 0,115. Dan nilai original sample sebesar -0,205, berarti berpengaruh negatif. Dengan demikian hipotesis 1 ditolak, yang artinya terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara Content (X1) User Satisfaction (Y).

Content ditolak terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay, dan untuk aplikasi ShopeePay disarankan memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor penggunaan aplikasi ShopeePay seperti memberikan informasi supatar mahasiswa Unama yang lebih baik, dan aplikasi ShopeePay dapat menambah pengetahuan saya tentang informasi kota Jambi, agar penggunaan Content pada aplikasi ShopeePay dapat diterima terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay.

Pembahasan Hipotesis 2, Hasil pengujian bootstrapping pada software SMARTPLS membuktikan bahwa hubungan Accuracy (X2) terhadap User Satisfaction (Y) memiliki t-statistics sebesar 0.078. Dan nilai original sample sebesar -0,007, berarti berpengaruh negatif. Dengan demikian hipotesis 2 ditolak, yang artinya terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara Accuracy (X2) terhadap ShopeePay (Y).

Accuracy ditolak terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay dan untuk aplikasi ShopeePay disarankan memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor penggunaan aplikasi sikoja seperti interaksi pada aplikasi ShopeePay jelas dan mudah dipahami, dapat dengan mudah mengakses aplikasi ShopeePay, agar penggunaan Accuracy pada aplikasi ShopeePay dapat diterima terhadap penggunaan aplikasi.

Pembahasan Hipotesis 3, Hasil pengujian bootstrapping pada software SMARTPLS membuktikan bahwa hubungan Format (X3) terhadap User Satisfaction (Y) memiliki t-statistics sebesar 10.239. Dan nilai original sample sebesar 0.509, berarti berpengaruh positif. Dengan demikian hipotesis 3 diterima, yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara Social_Influence (X3) terhadap Behavior Intention to Use the System (Y).

Format diterima terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay, itu berarri aplikasi ShopeePay membawa pengaruh positif, karena dapat menarik minat orang lain untuk ikut menggunakannya.

Pembahasan Hipotesis 4, Hasil pengujian bootstrapping pada software SMARTPLS membuktikan bahwa hubungan Ease Of Use (X4) terhadap User Satisfaction (Y) memiliki t-statistics sebesar 4.705. Dan nilai original sample sebesar 0.849, berarti berpengaruh positif. Dengan demikian hipotesis 4 diterima, yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara Ease Of Use (X4) terhadap User Satisfaction (Y).

Ease Of Use diterima terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay, itu berarri semua fasilitas yang ada di aplikasi ShopeePay mudah digunakan, dan semua isi/fitur aplikasi ShopeePay mudah dipahami.

Hipotesis 4 yaitu Ease Of Use (X4) terhadap User Satisfaction (Y) diterima karena memiliki nilai P-Value < 0,01 yaitu 0,00, yang berarri variabel Ease Of Use (X4) yang diajukan dalam penelitian ini sudah memenuhi User Satisfaction (Y), yang berarri aplikasi ShopeePay dalam aspek Ease Of Use (X4) sudah memenuhi penggunaan terhadap pengunanya.

Pembahasan Hipotesis 5, Hasil pengujian bootstrapping pada software SMARTPLS membuktikan bahwa hubungan Timeliness (X5) terhadap User Satisfaction (Y) memiliki t-statistics sebesar 4.705. Dan nilai original sample sebesar -0.577, berarti berpengaruh positif. Dengan demikian hipotesis 5 diterima, yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara Timeliness (X5) terhadap User Satisfaction (Y).

V. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi ShopeePay di kalangan mahasiswa Universitas Dinamika Bangsa. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 356 responden pengguna aktif ShopeePay, yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Penelitian ini menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dengan lima variabel independen, yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness, serta satu variabel dependen yaitu user satisfaction.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa dari lima hipotesis yang diajukan, tiga hipotesis dinyatakan diterima dan dua hipotesis ditolak. Variabel content dan accuracy tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna ShopeePay, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistics yang lebih kecil dari nilai batas signifikan serta arah pengaruh yang negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas isi informasi dan tingkat keakuratan aplikasi belum menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan mahasiswa sebagai pengguna ShopeePay.

Sebaliknya, variabel format, ease of use, dan timeliness terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Variabel format merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pengguna ShopeePay, dengan nilai t-statistics tertinggi dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa tampilan antarmuka, desain visual, dan penyajian informasi yang menarik dan mudah dipahami memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap aplikasi ShopeePay. Selain itu, kemudahan penggunaan serta kecepatan sistem dalam memproses transaksi dan menyajikan informasi juga menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pihak pengembang ShopeePay terus meningkatkan kualitas tampilan antarmuka, kemudahan penggunaan, serta performa sistem agar kepuasan pengguna dapat terus ditingkatkan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan, serta memperluas objek penelitian pada pengguna dari institusi atau wilayah yang berbeda agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas dan komprehensif.

Acknowledgment

Penelitian didukung oleh Universitas Dinamika Bangsa

References

- [1] Somantri, P. S. (2024). Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Bandung: Sangga Buana Press.
- [2] Fatinah, F., & Sanjaya, M. R. (2025). Usability Aplikasi ShopeePay: Pendekatan Pengukuran Kepuasan. Jakarta: Polbeng Informatika Publishing.
- [3] Hanif, R. (2022). Loyalitas Pengguna ShopeePay: Antara Pengalaman dan Kepercayaan. Jakarta: Asia Bismis Books.
- [4] Hidayah, N. A., Fetrina, E., & Taufan, A. Z. (2020). Evaluasi Sistem Informasi Akademik dengan EUCS. Bandung: AISM Publisher.
- [5] Prabowo Darminto. (2022). Dasar-Dasar Pengukuran Tahanan Kontak dan Pertahanan. Jakarta: JTMEI Publishing.
- [6] Irdi Sari. (2020). Kecemasan di Masa Pandemi: Tinjauan Literatur Psikososial. Yogyakarta: BIGES Publishing.
- [7] Keraf, S. G. (2021). Gaya Bahasa dalam Geguritan: Analisis Sastra Tradisional. Surabaya: Sastra Nusantara Press.
- [8] M. F. Asnawi, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Dan Partisipasi Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem : Studi Kasus Pada Bagian Operasional Vsat Ip Pt. Semesta Citra Media," 2022.
- [9] Kurniasih, I., & Pibriana, D. (2021). Kepuasan Pengguna Mobile Commerce: Studi Metode EUCS. Bandung: JATISI Books.
- [10] Nugroho, A. B. (2022). Gopay Paylater dan Kepuasan Pelanggan: Evaluasi Melalui EUCS. Depok: UIN Jakarta Press.
- [11] Nur Kumala Dewi, Bei Harira Irawan, Emli Fitry, and Arman Syah Putra, "Konsep Aplikasi E-Dakwah Untuk Generasi Milenial Jakarta," Jurnal IKRA-ITH INFORMATIKA, vol. Vol 5 No. 2, 2021, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/995/785>
- [12] Damayanti, Asti Shofii, Yusi Tyroni Mursityo, and Admaja Dwi Herlambang, "Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Tapp Market Menggunakan Metode EUCS (End User Computing Satisfaction)." Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer 2.11 (2021): 4833-4839.
- [13] Putri, Nanda Kinanti Amelia, and Aries Dwi Indriyanti. "Penerapan PIECES Framework sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Terpadu (SIAKADU) pada Universitas Negeri Surabaya." Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI) 2.2 (2021): 78-84.
- [14] Zahra, F. A., & Putra, R. A. (2022). Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo Menggunakan Metode EUCS (Studi Kasus Nasabah BRI Unit Kertapati). Jakarta: Penerbit SNEEMO.
- [15] DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. Journal of Management Information Systems, 19(4), 9–30.
- [16] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- [17] Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- [18] Wijaya, I. G. N. S., & Pratama, A. A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Dompet Digital Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(4), 789–798.

Authors' Profiles



Egi Ediya Ningsih, Lahir di Koto Renah, 02 Februari 2002. Pendidikan terakhir di Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia. Program Studi Sistem Informasi.



Beni Irawan, lahir di Jambi, 02 Juni 1981. Pendidikan terakhir Strata-2 di Stikom Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia. Saat ini bekerja sebagai dosen di kampus Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia.



Dwi Ayu Gusriyanti, Lahir di Jambi, 19 Agustus 1993. Pendidikan terakhir Strata-2 di STIKOM Dinamika Bangsa Jambi, Indonesia. Saat ini bekerja sebagai dosen di kampus Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia.