

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital (social commerce) mendorong perubahan perilaku belanja masyarakat melalui integrasi fitur transaksi langsung dalam aplikasi media sosial, salah satunya TikTok Shop. Peningkatan penggunaan fitur ini di Kabupaten Sampang belum diimbangi dengan kajian empiris yang mengukur tingkat kepuasan pengguna secara komprehensif berdasarkan dimensi evaluasi sistem. Permasalahan penelitian ini adalah belum adanya pengukuran terstruktur terhadap kepuasan pengguna TikTok Shop pada tingkat kabupaten dengan pendekatan evaluasi sistem informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop menggunakan metode PIECES yang mencakup aspek performance, information, economy, control, efficiency, dan service. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan penyebaran kuesioner skala Likert kepada 200 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Instrumen penelitian disusun berdasarkan 18 indikator yang merepresentasikan enam dimensi dalam metode PIECES. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan perhitungan rata-rata kepuasan pada setiap dimensi. Penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop pada konteks daerah serta mengidentifikasi dimensi yang paling dominan dan yang masih perlu ditingkatkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi PIECES memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00 dan berada pada kategori puas, dengan nilai tertinggi pada dimensi service (4,34) dan terendah pada dimensi control (4,07). Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi memperkaya kajian evaluasi sistem informasi pada konteks social commerce dengan menggunakan pendekatan PIECES pada platform TikTok Shop di tingkat daerah. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengembang platform dan pelaku social commerce dalam meningkatkan kualitas sistem, layanan, serta keamanan transaksi guna mendukung pengembangan ekosistem perdagangan digital yang lebih baik.

Kata kunci: PIECES Framework, service quality, Social Commerce, TikTok Shop, User Satisfaction.

ABSTRACT

The development of social commerce has transformed consumer shopping behavior through the integration of direct transaction features within social media applications, one of which is TikTok Shop. The increasing use of this feature in Sampang Regency has not been accompanied by comprehensive empirical studies measuring user satisfaction based on system evaluation dimensions. The problem addressed in this study is the absence of a structured measurement of TikTok Shop user satisfaction at the regency level using an information system evaluation approach. This study aims to analyze the level of user satisfaction with TikTok Shop in Sampang Regency using the PIECES method, which includes performance, information, economy, control, efficiency, and service dimensions. A descriptive quantitative approach was employed by distributing Likert-scale questionnaires to 200 respondents selected through purposive sampling. The research instrument was developed based on 18 indicators representing the six dimensions of the PIECES method. Data analysis was conducted using validity and reliability testing, followed by the calculation of mean satisfaction scores for each dimension. This study provides empirical evidence regarding user satisfaction at the regional level and identifies the most dominant dimensions as well as those requiring improvement. The results indicate that all PIECES dimensions achieved mean scores above 4.00 and were categorized as satisfied, with the highest score in the service dimension (4.34) and the lowest in the control dimension (4.07). These findings suggest that service quality, economic benefits, and ease of use are the primary determinants of user satisfaction, while security aspects require further enhancement to strengthen user trust sustainably.

Keywords: *PIECES Framework, service quality, Social Commerce, TikTok Shop, User Satisfaction.*