

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Sistem (*System Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) pada pengguna TikTok Shop di Kabupaten Bangkalan, khususnya dalam aktivitas pembelian produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada pengguna TikTok Shop yang memenuhi kriteria penelitian. Sampel penelitian berjumlah 94 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Variabel Kualitas Sistem diukur berdasarkan empat indikator, yaitu *usability*, *reliability*, *responsiveness*, dan *security*, sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan diukur menggunakan lima item pernyataan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS melalui beberapa tahapan pengujian, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 17 item pernyataan, yang terdiri atas 12 item pada variabel Kualitas Sistem dan 5 item pada variabel Kepuasan Pelanggan, dinyatakan valid. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel sebesar 0,205 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,928, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang tinggi. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel Kualitas Sistem memperoleh persentase sebesar 84,96%, yang menunjukkan bahwa kualitas sistem TikTok Shop dinilai baik oleh responden. Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,774 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar 0,317 menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan bersifat positif.

Kata kunci: Kualitas Sistem, Kepuasan Pelanggan, TikTok Shop, *E-Commerce*, SPSS.

ABSTRAK

This study aims to determine and analyze the influence of System Quality on Customer Satisfaction among TikTok Shop users in Bangkalan Regency, specifically regarding product purchasing activities. A quantitative approach with an associative research design was employed. Data were collected by distributing online questionnaires to TikTok Shop users who met the research criteria. The sample consisted of 94 respondents selected using purposive sampling. The System Quality variable was measured based on four indicators usability, reliability, responsiveness, and security while the Customer Satisfaction variable was measured using five statement items. The collected data were analyzed using IBM SPSS software through several testing stages: validity testing, reliability testing, descriptive analysis, simple linear regression analysis, and the t-test. The results indicated that all 17 statement items comprising 12 items for System Quality and 5 items for Customer Satisfaction were valid. This was evidenced by calculated r-values exceeding the r-table value of 0.205 and significance values of 0.000 (less than 0.05). The reliability test yielded a Cronbach's Alpha value of 0.928, indicating that the research instrument was reliable and possessed high internal consistency. Descriptive analysis showed that the System Quality variable achieved a score of 84.96%, suggesting that respondents rated the TikTok Shop system quality favorably. Furthermore, the t-test results showed a calculated t-value of 9.774 with a significance level of 0.000 (less than 0.05). A regression coefficient of 0.317 indicates a positive influence of System Quality on Customer Satisfaction.

Keywords: System Quality, Customer Satisfaction, TikTok Shop, E-Commerce, SPSS