

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor *e-commerce* di Indonesia terus menunjukkan peningkatan dan kini menjadi pemimpin di ASEAN dengan nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) menjangkau sekitar US\$65 miliar (E-economy Sea, 2024). Pencapaian ini ikut mendorong dinamika industri, salah satunya ditandai dengan penggabungan dilakukan GoTo Group dan TikTok. Kedua perusahaan sepakat menempatkan Tokopedia & TikTok Shop di bawah satu entitas, yaitu PT Tokopedia. Penggabungan ini menciptakan dinamika baru dalam struktur dan operasional *e-commerce* di Indonesia dengan memperluas jangkauan pasar kedua platform.

Seiring dengan kemajuan teknologi, Tokopedia & TikTok Shop memutuskan untuk meningkatkan pelayanan secara lebih efisien melalui integrasi sistem Seller Center yang mulai diterapkan pada 11 Juni 2025. Melalui integrasi tersebut, sistem yang sebelumnya terpisah antara Tokopedia Seller Center dan TikTok Shop Seller Center digantikan oleh satu sistem terpusat yang digunakan penjual untuk mengelola produk, pesanan, informasi transaksi, aktivitas pemasaran, serta layanan pelanggan dalam satu *dashboard*. Penerapan sistem terpusat ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan toko, menyederhanakan alur transaksi, serta memperkuat transparansi dan keamanan dalam pengelolaan data penjualan.

Namun, pada implementasi Seller Center terintegrasi ini masih menghadapi sejumlah hambatan dikarenakan sistem tersebut masih terbilang sistem baru. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses penyesuaian dan stabilisasi sistem masih berlangsung sehingga belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi para penjual. Peneliti juga menemukan munculnya keluhan pengguna terhadap pengalaman mereka saat

menggunakan sistem Seller Center ini, terlihat pada Gambar 1.1 yang menunjukkan bahwa menteri UMKM turut merespons atas keluhan yang dipermasalahkan pada aplikasi Seller Center.

Menteri UMKM Mau Panggil TikTok Shop-Tokopedia Respons Keluhan soal Seller Center

Andi Hidayat - [detikFinance](#)

Kamis, 05 Jun 2025 17:32 WIB

Jakarta - Menteri UMKM Maman Abdurrahman berencana memanggil pihak TikTok Shop dan Tokopedia. Pemanggilan kedua perusahaan e-commerce ini dilakukan menyusul keluhan UMKM terkait seller center TikTok Shop-Tokopedia.

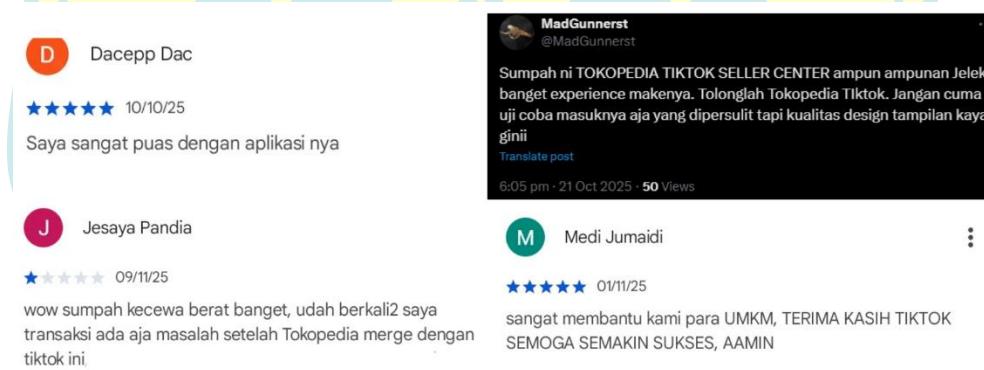
Gambar 1. 1 Respons Keluhan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center

Sumber: [detikFinance](#) (2025)

Berdasarkan Gambar 1.1, terdapat permasalahan yang krusial pada aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center, sehingga menteri UMKM turun tangan memanggil kedua perusahaan *e-commerce* ini untuk membahas keluhan pelaku UMKM setelah diberlakukannya kebijakan integrasi sistem. Keluhan meliputi proses migrasi sistem yang membingungkan, di mana penjual harus beradaptasi dengan alur kerja dan tampilan antarmuka (*user interface*) yang berbeda dari Seller Center Tokopedia sebelumnya. Perubahan ini dinilai menyulitkan penjual, khususnya mereka yang telah lama menggunakan sistem lama dan memiliki reputasi toko yang sudah terbentuk. Keluhan juga berkaitan dengan aspek kemudahan penggunaan (*usability*) yang merupakan indikator *System Quality*, beberapa penjual menilai bahwa Seller Center baru memiliki antarmuka yang kurang sederhana dibandingkan sistem sebelumnya, sehingga menurunkan kenyamanan dalam pengelolaan operasional toko. Lalu penurunan kelengkapan fitur pada Seller Center lama, seperti keterbatasan dalam beriklan dan menambahkan produk baru, mendorong penjual untuk berpindah ke Seller Center baru meskipun belum sepenuhnya siap. Kondisi ini menimbulkan persepsi

bahwa integrasi bersifat tidak sepenuhnya sukarela, sehingga meningkatkan beban adaptasi bagi pelaku UMKM.

Secara keseluruhan permasalahan tersebut dapat memicu ketidakpuasan terhadap platform, bahkan mendorong sebagian pelaku usaha untuk memindahkan aktivitas penjualannya ke platform lain. Dengan demikian, keluhan yang muncul dapat dipahami sebagai indikasi bahwa Seller Center belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna UMKM, baik dari aspek sistem maupun dukungan terhadap keberlanjutan usaha mereka. Selain itu peneliti juga menemukan bahwa tidak semuanya pengguna aplikasi Seller Center terintegrasi ini merasakan kepuasan. Terlihat pada Gambar 1.2 yang menunjukkan tingkat *User Satisfaction* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center.



Gambar 1.2 *User Satisfaction* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center

Sumber: X.com; playstore.com (2025)

Pada Gambar 1.2, terdapat ulasan positif *user satisfaction*, yaitu pengguna merasa sangat puas dan berterimakasih dengan fitur terintegrasi saat ini yang dapat membantu para UMKM mengelola tokonya lebih efisien. Ulasan lainnya menyatakan bahwa platform sangat membantu dan memberikan pengalaman yang memuaskan. Hal ini menggambarkan bahwa beberapa pengguna merasakan manfaat dari penggunaan sistem sehingga berpengaruh pada tingkat *User Satisfaction*. Di sisi lain, beberapa pengguna lainnya menunjukkan ketidakpuasan akibat pengalaman yang tidak

memenuhi harapan, sehingga hal ini mempengaruhi tingkat *User Satisfaction* pada aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center. Beberapa ulasan pada Gambar 1.2, mengungkapkan kekecewaan karena mengalami kerugian dalam proses penjualan akibat kendala sistem yang mengganggu aktivitas bisnis dan tampilan sistem yang tidak ramah pengguna. Ulasan tersebut mengindikasikan bahwa *User Satisfaction* tampaknya menjadi salah satu hambatan utama dalam keberhasilan implementasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center.

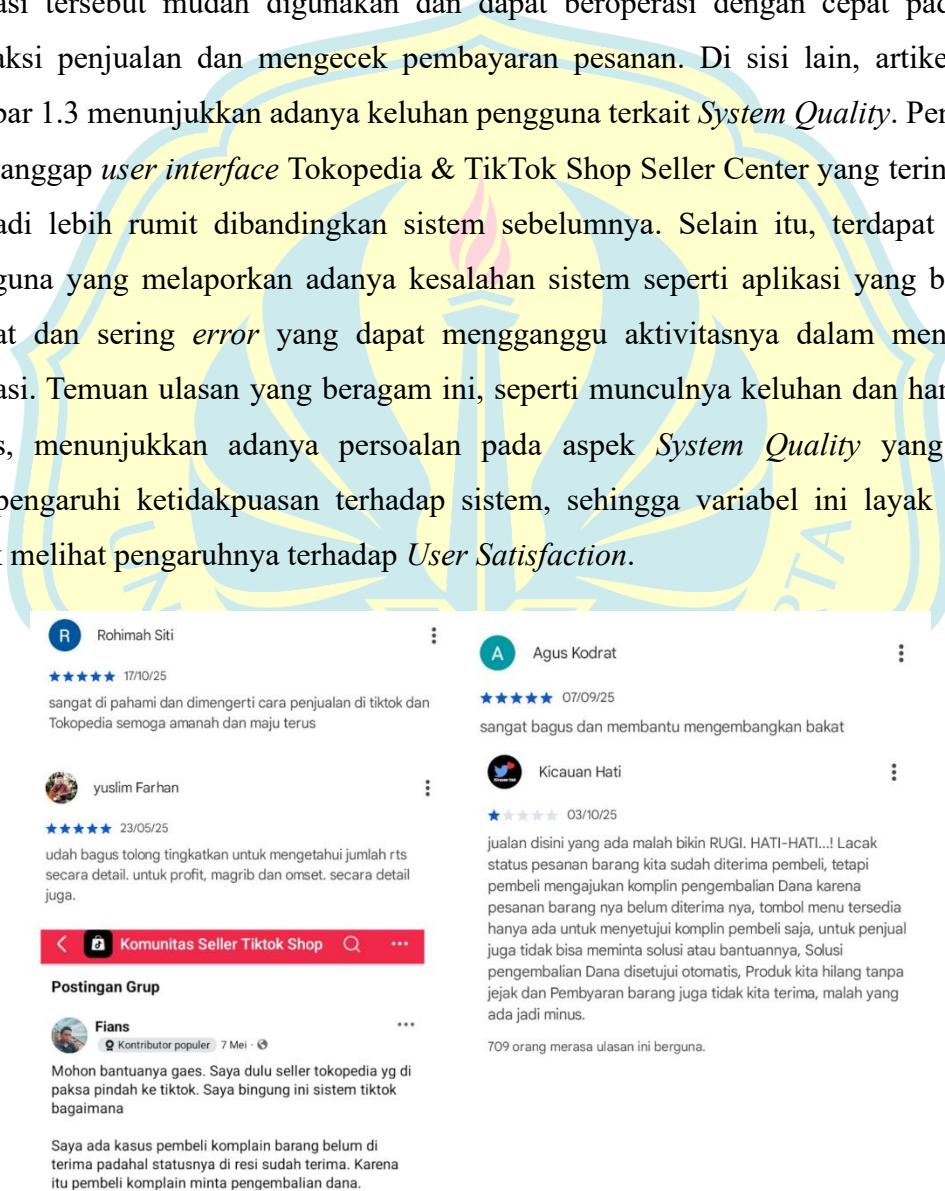
Keberhasilan implementasi sistem informasi (IS) sangat ditentukan oleh pengguna, di mana *user satisfaction* merupakan salah satu kriteria utama dalam memastikan keberhasilan tersebut. *User satisfaction* dapat meningkat apabila pengalaman pengguna terhadap sistem berjalan positif dan sebaliknya. Dengan demikian, *User Satisfaction* menjadi indikator kunci untuk menilai keberhasilan integrasi Seller Center Tokopedia & TikTok Shop dari perspektif penjual. Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan awal pada pengguna Seller Center terintegrasi terlihat adanya sejumlah masalah pada aspek *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, serta *Trust* pengguna yang dapat memengaruhi tingkat *user satisfaction*.



Gambar 1. 3 *System Quality* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center

Sumber: playstore.com; detikfinance.com (2025)

Dari aspek *System Quality* akan mengacu pada sejauh mana sistem tersebut dapat bekerja secara secara andal, efisien, serta mudah digunakan. Peneliti menemukan sejumlah ulasan pengguna aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center pada Gambar 1.3 turut menguatkan indikator *System Quality*, pengguna menyoroti bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan dan dapat beroperasi dengan cepat pada saat transaksi penjualan dan mengecek pembayaran pesanan. Di sisi lain, artikel pada Gambar 1.3 menunjukkan adanya keluhan pengguna terkait *System Quality*. Pengguna menganggap *user interface* Tokopedia & TikTok Shop Seller Center yang terintegrasi menjadi lebih rumit dibandingkan sistem sebelumnya. Selain itu, terdapat ulasan pengguna yang melaporkan adanya kesalahan sistem seperti aplikasi yang berjalan lambat dan sering *error* yang dapat mengganggu aktivitasnya dalam mengakses aplikasi. Temuan ulasan yang beragam ini, seperti munculnya keluhan dan hambatan teknis, menunjukkan adanya persoalan pada aspek *System Quality* yang dapat mempengaruhi ketidakpuasan terhadap sistem, sehingga variabel ini layak diteliti untuk melihat pengaruhnya terhadap *User Satisfaction*.



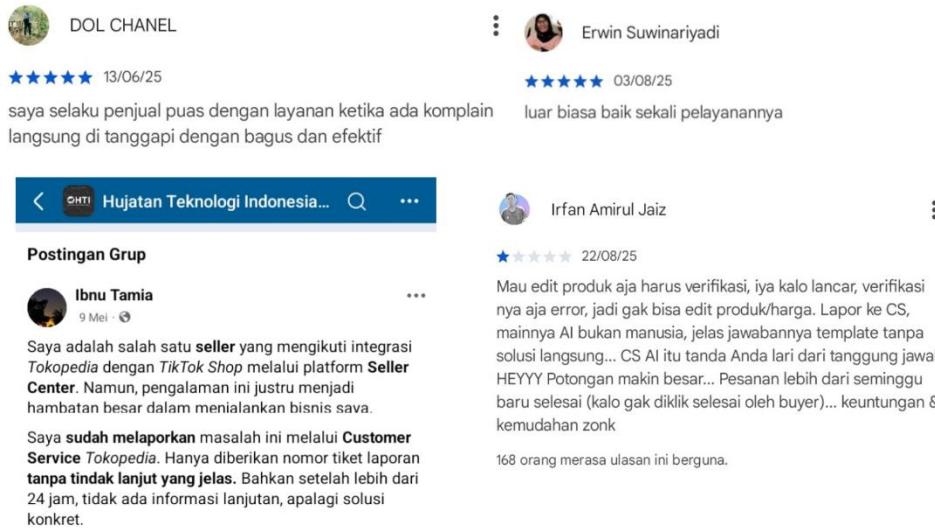
Gambar 1. 4 Information Quality aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center

Sumber: playstore.com (2025)

Di sisi lain, aspek *Information Quality* diukur dari kemampuan sistem dalam menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami pengguna. Hal ini memastikan pengguna dapat membuat keputusan dengan tepat berdasarkan informasi yang diberikan. Beberapa pengguna merasakan pengalaman positif pada aspek *Information Quality* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center yang terlihat pada Gambar 1.4. Pengguna menilai informasi pada aplikasi mudah dipahami dan berkontribusi pada peningkatan kemampuan berjualan. Informasi dari aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center itu sendiri memiliki peran penting sebagai sumber informasi operasional yang memuat data penjualan, performa produk, dan aktivitas toko secara *real-time*, serta dilengkapi fitur berbasis AI yang membantu penjual memperoleh rekomendasi strategi penjualan.

Meskipun sudah cukup membantu, masih terdapat masukan dari pengguna terkait perbaikan aspek *Information Quality*, pengguna menyatakan bahwa ia membutuhkan detail informasi yang lebih lengkap, misalnya terkait jumlah *ready to ship*, profit, dan omzet. Di sisi lain, terdapat keluhan pada aspek *Information Quality* yang menyoroti bahwa informasi pelacakan barang sering tidak tepat waktu dan tidak akurat, sehingga menyulitkan pengguna dalam memonitor proses logistik secara *real-time*. Perbedaan pengalaman ini menunjukkan bahwa *Information Quality* pada Seller Center belum sepenuhnya konsisten di antara pengguna serta memperlihatkan adanya ketidakpuasan terhadap sistem pada aspek *Information Quality*, sehingga variabel ini layak diteliti lebih lanjut guna memahami pengaruhnya terhadap *User Satisfaction* secara empiris.

Selain itu, aspek *Service Quality* dalam konteks aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center mencerminkan sejauh mana penyedia layanan memberikan bantuan yang responsif, akurat, dan solutif ketika pengguna menghadapi permasalahan. Beberapa pengguna merasakan pengalaman positif dari pelayanan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center yang terlihat pada Gambar 1.5.



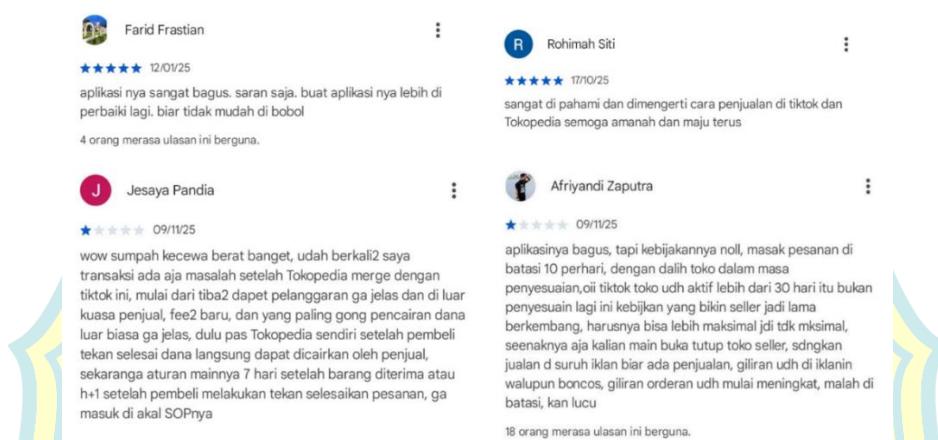
Gambar 1. 5 Service Quality aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center

Sumber: playstore.com (2025)

Pengguna merasa puas karena setiap komplain ditangani dengan cepat dan efektif. Selain itu, Tokopedia & TikTok Shop Seller Center juga turut memberikan dukungan langsung dengan menyediakan berbagai bentuk pendampingan, termasuk *webinar* harian, diskusi komunitas, sesi pelatihan gratis, dan *mentoring* khusus untuk membantu penjual memahami fitur platform dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis digital secara berkelanjutan.

Di sisi lain, sejumlah penjual mengalami kendala terkait *Service Quality* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center. Pada Gambar 1.5, pengguna mengeluhkan bahwa penanganan komplain tidak memadai dan respons yang diterima sering kali tidak menyelesaikan masalah, pengguna juga merasakan kebingungan saat mencari pusat bantuan dan menilai respons layanan sangat lambat. Selain itu, pengguna tidak puas dengan tanggapan yang ditangani oleh *chatbot* AI bukan petugas manusia, sehingga jawaban yang diberikan cenderung *template*, tidak relevan, dan tidak menawarkan solusi yang tepat. *Service Quality* yang menggunakan AI ini dianggap mengurangi rasa tanggung jawab penyedia layanan dan menurunkan kualitas interaksi

yang sebelumnya dinilai ramah dan dapat diandalkan. Temuan ini menunjukkan bahwa *Service Quality* belum sepenuhnya konsisten serta memperlihatkan adanya ketidakpuasan terhadap sistem pada aspek *Service Quality*, sehingga aspek ini perlu ditelaah lebih lanjut untuk memahami pengaruhnya terhadap *User Satisfaction*.



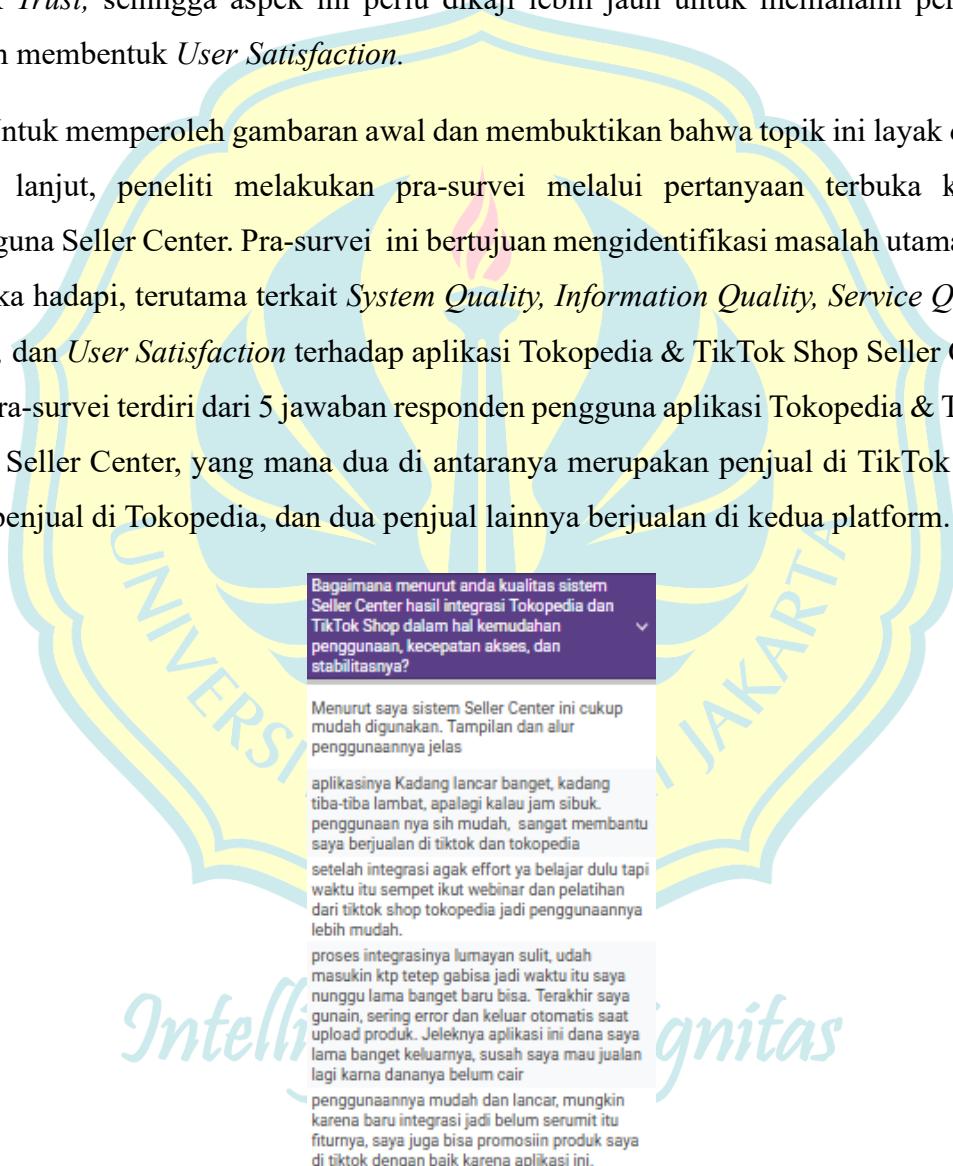
Gambar 1. 6 *Trust* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center

Sumber: playstore.com (2025)

Sementara itu, aspek *Trust* dapat diartikan sebagai keyakinan bahwa pihak lain, baik itu sistem atau penyedia layanan dapat diandalkan dan memiliki integritas tinggi, sehingga pengguna merasa aman dalam menggunakan sistem. Beberapa penjual menunjukkan tingkat *Trust* yang cukup baik terhadap aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center. Terlihat pada ulasan di Gambar 1.6 mereka sudah mengharapkan aplikasi terus amanah kepada pengguna serta beberapa pengguna menyatakan aplikasinya bagus dan layak untuk diandalkan. Meskipun sudah memperlihatkan tingkat *Trust* pada aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center, masih ada kekhawatiran atas potensi sistem yang bisa dibobol, serta memberi pesan agar pengguna lain berhati-hati karena kerugian yang ia dapatkan dari kebijakan yang lebih memihak pembeli, pengguna mengatakan bahwa ada risiko yang bisa merugikan mereka berjualan di aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center. Ulasan lainnya juga mengeluhkan adanya pelanggaran tidak jelas yang berada di luar kendali penjual,

ini mengindikasikan bahwa kebijakan platform kurang transparan sehingga mengurangi keyakinan penjual terhadap integritas sistem. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat *Trust* penjual terhadap aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center belum seragam serta memperlihatkan adanya ketidakpuasan terhadap sistem pada aspek *Trust*, sehingga aspek ini perlu dikaji lebih jauh untuk memahami perannya dalam membentuk *User Satisfaction*.

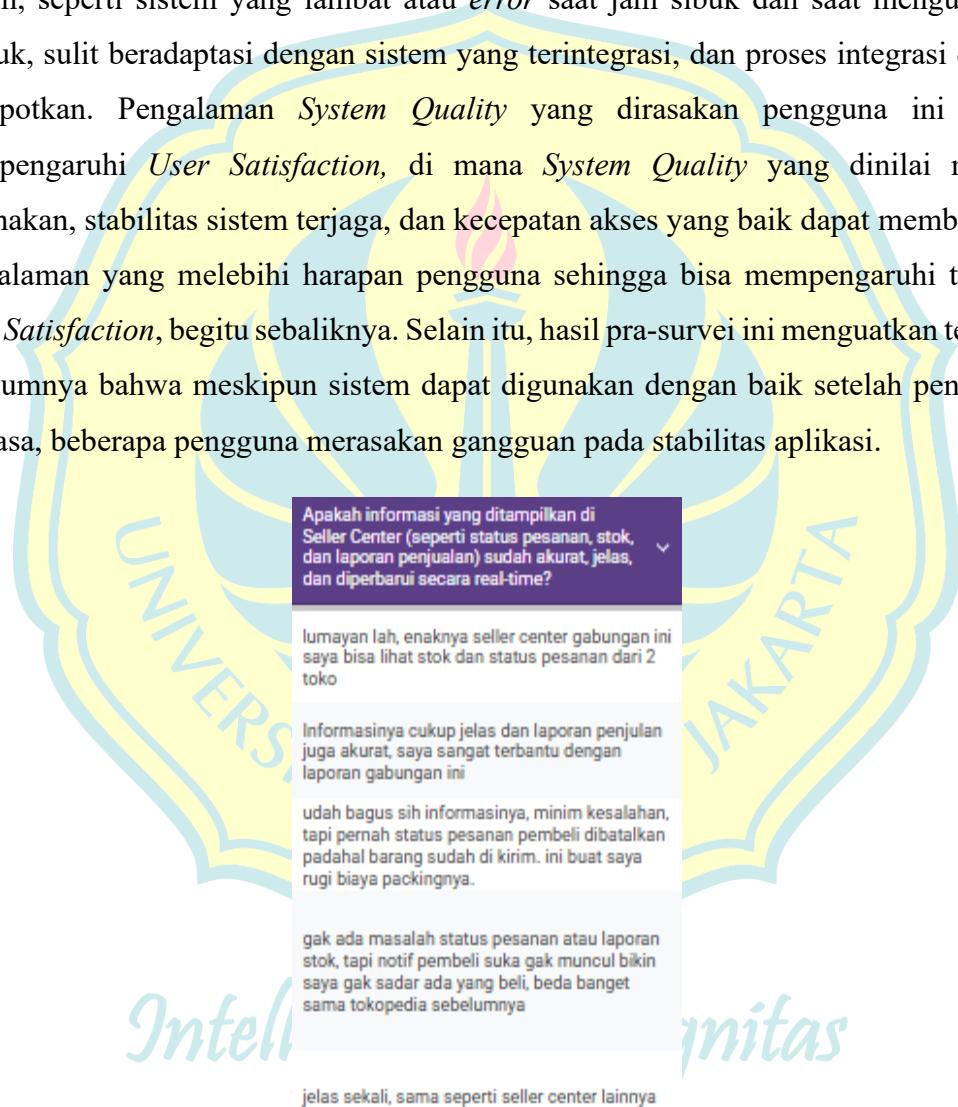
Untuk memperoleh gambaran awal dan membuktikan bahwa topik ini layak diteliti lebih lanjut, peneliti melakukan pra-survei melalui pertanyaan terbuka kepada pengguna Seller Center. Pra-survei ini bertujuan mengidentifikasi masalah utama yang mereka hadapi, terutama terkait *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Trust*, dan *User Satisfaction* terhadap aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center ini. Pra-survei terdiri dari 5 jawaban responden pengguna aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center, yang mana dua di antaranya merupakan penjual di TikTok Shop, satu penjual di Tokopedia, dan dua penjual lainnya berjualan di kedua platform.



Gambar 1. 7 Hasil Pra-Survei *System Quality*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

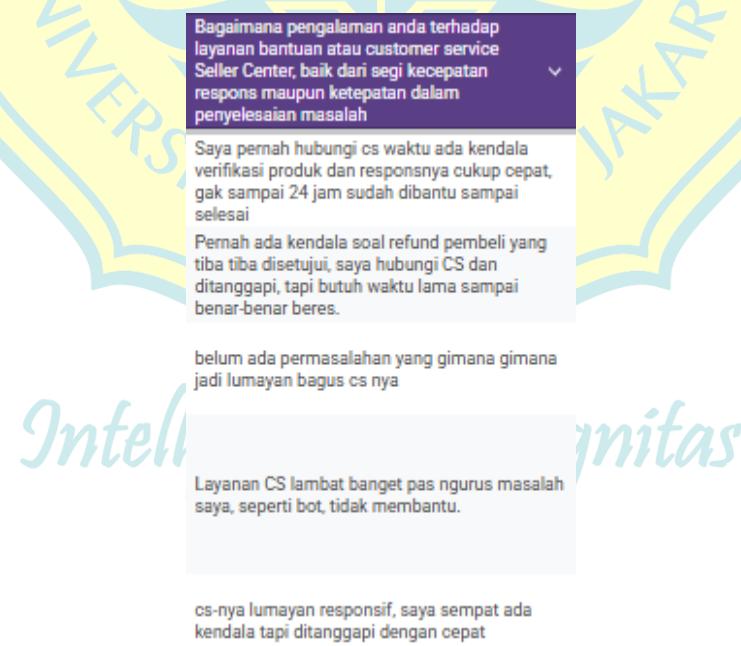
Pada Gambar 1.7 menunjukkan hasil jawaban pertanyaan terkait *System Quality* memperlihatkan 3 dari 5 jawaban responden menilai sistem aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center mudah digunakan dan memiliki tampilan serta alur sistem yang jelas, meskipun begitu responden lainnya mengalami kendala terkait stabilitas sistem, seperti sistem yang lambat atau *error* saat jam sibuk dan saat mengunggah produk, sulit beradaptasi dengan sistem yang terintegrasi, dan proses integrasi dinilai merepotkan. Pengalaman *System Quality* yang dirasakan pengguna ini dapat mempengaruhi *User Satisfaction*, di mana *System Quality* yang dinilai mudah digunakan, stabilitas sistem terjaga, dan kecepatan akses yang baik dapat memberikan pengalaman yang melebihi harapan pengguna sehingga bisa mempengaruhi tingkat *User Satisfaction*, begitu sebaliknya. Selain itu, hasil pra-survei ini menguatkan temuan sebelumnya bahwa meskipun sistem dapat digunakan dengan baik setelah pengguna terbiasa, beberapa pengguna merasakan gangguan pada stabilitas aplikasi.



Gambar 1. 8 Hasil Pra-Survei *Information Quality*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

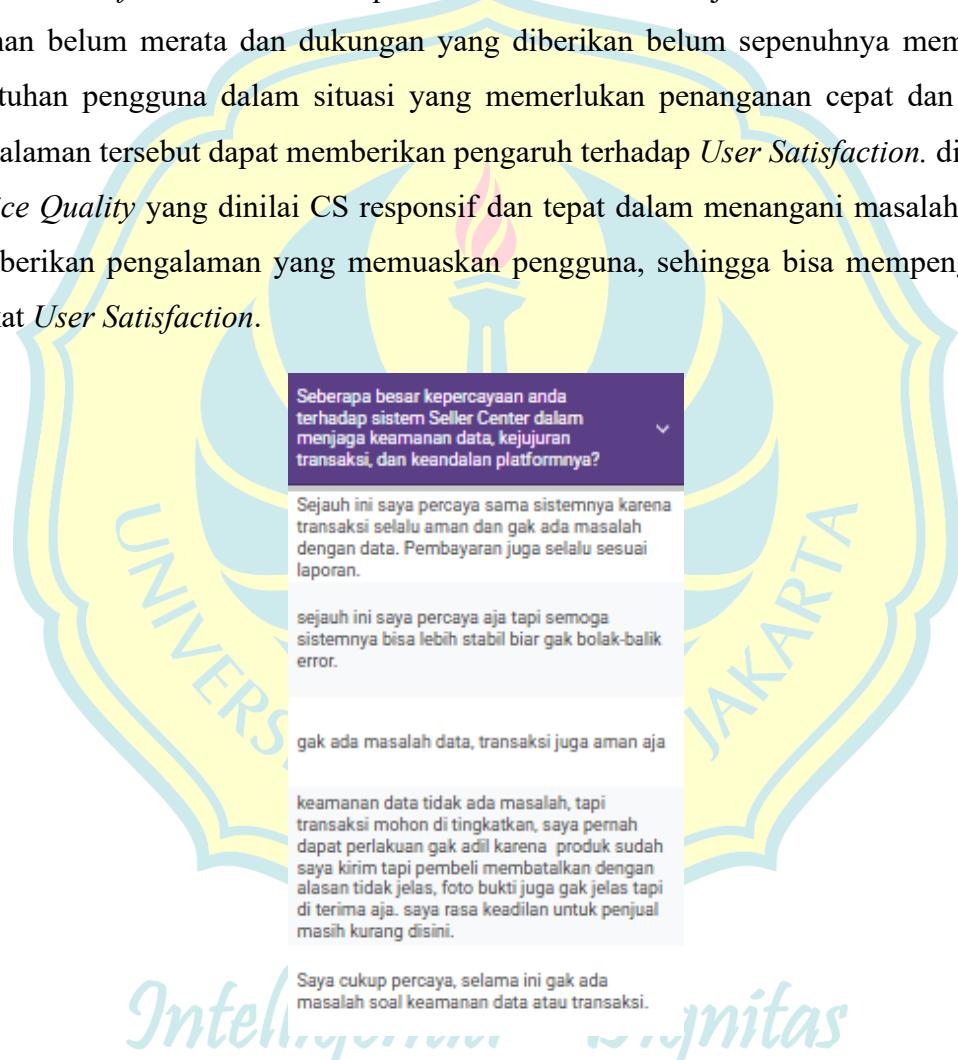
Pada pertanyaan kedua pada Gambar 1.8 mengacu terhadap aspek *Information Quality* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center, pengguna menjawab pertanyaan mengenai informasi stok, status pesanan, dan laporan penjualan. Hasil dari pra-survei memperlihatkan 3 dari 5 responden menganggap informasi cukup jelas dan akurat sehingga membantu pengguna dalam membuat laporan gabungan. Meski demikian, beberapa merasakan kekurangan dari *informasi quality* yang muncul, seperti notifikasi pembeli yang tidak selalu muncul atau status pesanan yang dibatalkan searatiba-tiba meskipun barang sudah dikirim. Temuan tersebut mengisyaratkan bahwa *Information Quality* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center sudah disampaikan dengan cukup baik, namun notifikasi yang tidak selalu muncul dan pembaruan status pesanan tidak akurat masih menjadi kelemahan *Information Quality* aplikasi. Pengalaman tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap *User Satisfaction*, di mana *Information Quality* yang dinilai akurat, jelas, dan selalu diperbarui dapat memberikan pengalaman yang melebihi harapan pengguna sehingga bisa mempengaruhi tingkat *User Satisfaction*, begitu sebaliknya.



Gambar 1. 9 Hasil Pra-Survei Service Quality

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Pada pertanyaan ketiga pada Gambar 1.9 mengacu pada aspek *Service Quality* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center, terdapat jawaban 3 dari 5 responden yang menilai *Customer Service* (CS) responsif dan membantu, namun ada pula yang mengalami keterlambatan tanggapan serta solusi yang kurang memuaskan, terutama dalam kasus *refund* atau verifikasi produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsistensi layanan belum merata dan dukungan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pengguna dalam situasi yang memerlukan penanganan cepat dan tepat. Pengalaman tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap *User Satisfaction*. di mana *Service Quality* yang dinilai CS responsif dan tepat dalam menangani masalah dapat memberikan pengalaman yang memuaskan pengguna, sehingga bisa mempengaruhi tingkat *User Satisfaction*.

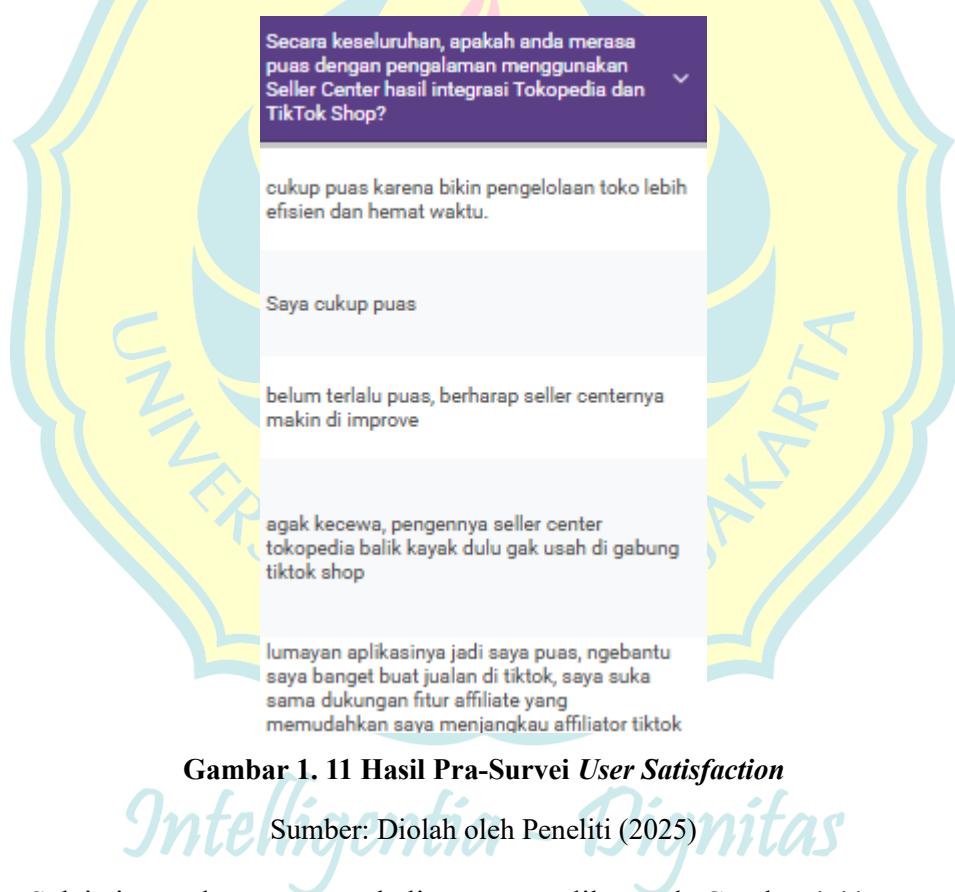


Gambar 1. 10 Hasil Pra-Survei Trust

Sumber: Dikelola Oleh Peneliti (2025)

Pada pertanyaan keempat pada Gambar 1.10 memperlihatkan jawaban responden terkait aspek *Trust*, di mana 4 dari 5 responden menilai cukup aman dalam

menjaga data dan kejujuran transaksi sehingga mereka memiliki tingkat kepercayaan (*Trust*) yang cukup tinggi. Meski demikian, beberapa catatan muncul terkait keadilan transaksi, seperti produk yang sudah dikirim namun dibatalkan pembeli tanpa prosedur yang jelas membuat pengguna merasa rugi. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat *Trust* terhadap sistem berkontribusi memberikan pengalaman yang nyaman, sementara adanya ketidakadilan dalam transaksi dapat menurunkan *Trust*. Suatu sistem yang dinilai dapat diandalkan dan berintegritas tinggi akan dipercaya oleh pengguna, sehingga ini memberikan pengaruh terhadap *User Satisfaction*.



Selain itu, pada pertanyaan kelima yang terlihat pada Gambar 1.11, pengalaman pengguna terhadap sistem secara langsung memengaruhi tingkat *User Satisfaction* aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center. Terdapat 3 dari 5 responden merasa kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) meningkat karena sistem membuat pengelolaan

toko lebih efisien dan memungkinkan penjualan lintas platform. Meskipun begitu, responden lainnya mengalami kendala teknis atau layanan yang kurang memuaskan dapat menimbulkan kekecewaan, sehingga menurunkan tingkat *user satisfaction*. Jika di lihat dari jawaban per-responden dapat dilihat ada dua orang yang mengalami pengalaman kurang menyenangkan pada aspek *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, dan *Trust* sehingga mempengaruhi tingkat *User Satisfaction*, ia merasakan kekecewaan terkait aspek tersebut dan membuatnya tidak puas dengan aplikasi tersebut. Sementara itu responden lainnya menyatakan faktor *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, dan *Trust* yang baik dapat memberikan rasa puas tersendiri terkait aplikasi tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berperan penting dalam membentuk *User Satisfaction*, sebaliknya pengalaman yang tidak sesuai harapan akan menurunkan tingkat *User Satisfaction*.

Secara keseluruhan, temuan awal menunjukkan bahwa meskipun sebagian pengguna menilai memberikan pengalaman yang baik, beberapa pengguna masih mengalami kendala sehingga pengalaman yang dirasakan pengguna tidak sesuai yang diharapkan. Perbedaan pengalaman dan persepsi ini menunjukkan adanya kesenjangan empiris, yang seharusnya mereka merasakan manfaat dari kualitas yang diberikan sistem, tetapi masih banyak yang tidak merasakannya. Padahal aplikasi ini memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan operasional penjual di Tokopedia & TikTok Shop.

Penelitian ini juga penting dilakukan untuk mengisi celah dari beberapa studi DeLone & McLean IS Success Model, yang hingga saat ini belum terdapat penelitian yang secara khusus menerapkan model tersebut pada Seller Center. Banyak penelitian sebelumnya telah mengaplikasikan Model D&M ISS pada penelitian evaluasi sistem *e-government* (Abdulkareem & Mohd Ramli, 2022), *e-learning* (Hussein *et al.*, 2021), *chatbot AI* (Silva *et al.*, 2023), M-pasport (Varastika *et al.*, 2025) maupun *e-commerce* (Tam *et al.*, 2020), namun tidak ada yang meneliti pada sistem Seller Center, sehingga

masih sedikit informasi tentang bagaimana kualitas dari sistem TikTok Shop dan Tokopedia Seller Center sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti kepuasan pengguna Tokopedia & TikTok Shop Seller Center yang terintegrasi berdasarkan kerangka DeLone dan McLean (2003) untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *User Satisfaction* seperti yang dirasakan oleh penjual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan gap penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, maka terbentuklah rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh *System Quality* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center?
- b. Apakah terdapat pengaruh *Information Quality* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center?
- d. Apakah terdapat pengaruh *Trust* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *System Quality* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Information Quality* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Trust* terhadap *User Satisfaction* pada penggunaan aplikasi Tokopedia & TikTok Shop Seller Center.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak secara teoris maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- i. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian DeLone & McLean *IS Succes Model* dengan menambahkan variabel *Trust* sebagai faktor yang turut memengaruhi *User Satisfaction*.
- ii. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai pengukuran keberhasilan sistem informasi, khususnya dalam konteks platform *e-commerce* seperti Seller Center, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada persepsi pengguna pada sistem informasi.

2. Manfaat Praktis

- i. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi *User Satisfaction* Seller Center, sehingga dapat membantu penjual mengoptimalkan pemanfaatan sistem untuk mendukung kinerja penjualan.
- ii. Diharapkan bisa menjadi dasar evaluasi untuk meningkatkan *System Quality, Information Quality, Service Quality, Trust*, dan *User Satisfaction* guna memperbaiki pengalaman penggunaan Seller Center.
- iii. Penelitian ini bertujuan untuk bisa menyediakan referensi empiris bagi pengembangan sistem pendukung penjual yang lebih efektif, andal, dan berorientasi pada *User Satisfaction*.