

ANALISIS PENGARUH *USER INTERFACE* (UI) DAN *USER EXPERIENCE* (UX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MENGGUNAKAN *MARKETPLACE*

TUGAS AKHIR

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas

Oleh :

RIFKI ARIWARDI
1710932032

Pembimbing :

Prof. Dr. Ir Alizar Hasan, MSIE.,M.Eng.



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TENIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

Perkembangan revolusi industri 4.0 membuat pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi memiliki dampak terhadap perubahan di berbagai bidang, seperti interaksi sosial, ekonomi, bisnis, pendidikan dan budaya, serta berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat, termasuk perilaku konsumen serta cara berjalan dan berbelanja masyarakat. Pada era sekarang ini, masyarakat menggunakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai hal, salah satunya untuk membeli dan menjual barang atau jasa menggunakan internet. Hal ini dikenal dengan perdagangan elektronik atau e-commerce.

E-commerce adalah proses membeli dan menjual data, barang, dan jasa melalui internet. Marketplace adalah sebuah tempat jual beli yang mempertemukan seller dan konsumen secara online. Seller akan menjual barangnya di tempat yang telah disediakan dengan konsep marketplace. Contoh marketplace antara lain sebagai berikut: Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan sebagainya.

Dalam penggunaan aplikasi Marketplace untuk berbelanja secara online tentunya tidak lepas dari User Interface (UI) dan User Experience (UX) dari aplikasi dan website Marketplace itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari UI dan UX dari Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Andalas. Data pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebar menggunakan googleform. Hasil dari kuesioner diolah menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan bahwa User Interface (UI) dan User Experience (UX) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menggunakan marketplace sebesar 34,9%.

Kata Kunci: UI, UX, keputusan pembelian konsumen, Marketplace, SEM, SEM-PLS

ABSTRACT

The development of the industrial revolution 4.0 makes the rapid development of information and communication technology. Technological developments have an impact on changes in various fields, such as social interaction, economy, business, education and culture, and have an impact on changes in people's lifestyles, including consumer behavior and how people sell and shop. In today's era, people use the development of information and communication technology in various ways, one of which is to buy and sell goods or services using the internet. This is known as electronic commerce or e-commerce.

E-commerce is the process of buying and selling data, goods and services over the internet. Marketplace is a place for buying and selling that brings together sellers and consumers online. The seller will sell the goods in a place that has been provided with the concept of a marketplace. Examples of marketplaces include the following: Tokopedia, Shopee, Bukalapak and so on.

In using the Marketplace application to shop online, of course, it cannot be separated from the User Interface (UI) and User Experience (UX) of the Marketplace application and website itself. This study aims to determine how the influence of UI and UX from Shopee on consumer purchasing decisions. The population in this study were undergraduate students at Andalas University. The data in this study were obtained through a questionnaire distributed using google form. The results of the questionnaire were processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of the SmartPLS 3.0 application. Based on the data processing that has been done, it is found that the User Interface (UI) and User Experience (UX) influence consumer purchasing decisions using the marketplace by 34.9%.

Keywords: *UI, UX, consumer purchasing decisions, Marketplace, SEM, SEM-PLS*