

**PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP USABILITY  
DALAM UI/UX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI  
PLATFORM SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi**

**Jenjang Sarjana**



**Oleh**

**Doni Tri Nugroho**

**NIM. 09031182126004**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2025**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP USABILITY**  
**DALAM UI/UX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI**  
**PLATFORM SHOPEE**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian  
Studi di program studi Sistem Informasi

Oleh:

**Doni Tri Nugroho      09031182126004**

Mengetahui  
Ketua Jurusan,



**Ahmad-Rifai, M. T.**  
NIP. 197910202010121003

Palembang, 19 Februari 2025  
Pembimbing,



**Dwi Rosa Indah, M.T.**  
NIP. 198201132015042001

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Doni Tri Nugroho  
NIM : 09031182126004  
Program Studi : Sistem Informasi Reguler  
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip *Usability* Dalam UI/UX Terhadap Minat Beli Konsumen di Platform Shopee  
Hasil pengecekan *Software iThenticate/Turnitin*: 5%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan atau plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan atau plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah, pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, 19 Februari 2025



Doni Tri Nugroho  
NIM. 09031182126004

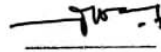
## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah accepted jurnal di SISTEMASI (SINTA 3) pada :

Hari : Rabu  
Tanggal : 5 Februari 2025  
Nama : Doni Tri Nugroho  
NIM : 09031182126004  
Judul : Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Usability Dalam  
UI/UX Terhadap Minat Beli Konsumen di Platform Shopee

Tim Pembimbing :

1. Pembimbing : Dwi Rosa Indah, M.T.



Mengetahui  
Ketua Jurusan,  
  
Ahmad Rifai, M. T  
NIP. 197910202010121003

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ Ridhollah fi ridho walidain “ridho allah di dalam ridho kedua orang tua”
- ❖ Fastabikhul khairot ”berlomba-lombalah dalam kebaikan”
- ❖ Experience is the best ticher ”pengalaman adalah guru terbaik”

Kupersembahkan Kepada:

- Ibu dan bapak
- Keluarga
- Pasangan
- Agama

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur Penulis panjatkan pada Allah SWT atas limpahan ridho, rahmat, rezeki, dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul "***Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Usability Dalam UI/UX Terhadap Minat Beli Konsumen di Platform Shopee***" dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (1) pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Selama pembuatan Tugas Akhir ini, penulis banyak menemukan hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan dan pengarahan serta bantuan dari berbagai pihak, maka penulis dapat selesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Erwin, S.Si., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Ahmad Rifai, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer.
4. Bapak Dedy Kurniawan, S.Si., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan dan Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing dari awal hingga akhir semester perkuliahan.
5. Ibu Dwi Rosa Indah, S.T., M.T. selaku dosen Pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing penulis, memberikan masukan serta ide yang membangun sehingga Tugas Akhir ini dapat di selesaikan dengan tepat waktu.
6. Semua dosen dan staf pegawai Fakultas Ilmu Komputer Universitas

Sriwijaya.

7. Syahrina Dewi yang selalu memberi semangat dan support lebih kepada penulis, sehingga penulis dapat terus bersemangat dan yakin dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan cepat, penulis selalu mengingat satu hal yaitu “Kesuksesan Tidak di raih dengan seberapa cepat kamu melangkah, Tapi kesuksesan di raih dengan siapa kamu melangkah”
8. Dimas Hadi yanto selaku teman bimbingan penulis selama mengerjakan Tugas Akhir ini dari Judul Hinga Publis di Jurnal SISTEMASI.
9. Teman-Teman Satu bimbingan Ibu Dwi Rosa Indah yang selalu memberi informasi kepada penulis sehingga penulis terbantu dalam pengerjaan tugas akhir ini.
10. Teman-Teman SI REG A Yang Menjadi Teman Yang Baik Bagi Penulis Dari Semester Awal Hingga Akhir Di Dalam Maupun Di Luar Perkuliahan.

Palembang, 19 Februari 2025  
Penulis,

Doni Tri Nugroho  
NIM. 09031182126004

# **PENGARUH PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP USABILITY DALAM UI/UX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PLATFORM SHOPEE**

Oleh :

**Doni Tri Nugroho**

**09031182126004**

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah perilaku konsumen, terutama dalam belanja online melalui e-commerce. Shopee, sebagai e-commerce terdepan di Indonesia, menarik 51% total kunjungan e-commerce pada Februari–April 2024 berkat integrasi prinsip usability dalam User Interface (UI) dan User Experience (UX)-nya. Dalam lingkungan e-commerce yang kompetitif, usability menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian, karena pengalaman pengguna yang optimal dapat meningkatkan kepercayaan dan mengurangi pengabaian keranjang belanja. Penelitian ini mengevaluasi pengaruh usability berdasarkan Nielsen's Attributes of Usability (NAU) terhadap minat beli konsumen di Shopee. Metode survei kuantitatif digunakan dengan 100 responden pengguna aktif Shopee di Kota Palembang. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *efficiency*, *memorability*, dan *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dengan *efficiency* berdampak negatif, sedangkan *memorability* dan *satisfaction* berdampak positif. *Learnability* dan *errors* tidak berpengaruh signifikan. Implikasi praktisnya, Shopee dan e-commerce lainnya perlu mengoptimalkan *memorability* dan *satisfaction* dalam desain UI/UX, seperti melalui personalisasi tampilan dan kemudahan akses fitur, guna meningkatkan pengalaman pengguna, mendorong minat beli, serta memperkuat loyalitas pelanggan di pasar yang kompetitif.

**Kata Kunci** : kegunaan, atribut kegunaan nielsen, niat pembelian e-commerce, UI/UX, shopee



# THE IMPACT OF IMPLEMENTING USABILITY PRINCIPLES IN UI/UX ON CONSUMER PURCHASE INTENTION ON THE SHOPEE PLATFORM

By

**Doni Tri Nugroho**

**09031182126004**

## ABSTRACT

*The advancement of technology and the internet has significantly transformed consumer behavior, particularly in online shopping through e-commerce platforms. Shopee, as the leading e-commerce platform in Indonesia, accounted for 51% of total e-commerce visits from February to April 2024, driven by the integration of usability principles into its User Interface (UI) and User Experience (UX). In a highly competitive e-commerce environment, usability is a crucial factor influencing purchase decisions, as an optimal user experience can enhance trust and reduce cart abandonment. This study evaluates the impact of usability, based on Nielsen's Attributes of Usability (NAU), on consumer purchase intention on Shopee. A quantitative survey method was employed, involving 100 active Shopee users in Palembang. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that efficiency, memorability, and satisfaction significantly influence purchase intention, with efficiency having a negative impact, while memorability and satisfaction have positive effects. Learnability and errors do not have a significant influence. The practical implication of this study is that Shopee and other e-commerce platforms should optimize memorability and satisfaction in UI/UX design, such as through personalized interfaces and easy access to features, to enhance user experience, encourage purchase intention, and strengthen customer loyalty in an increasingly competitive market.*

**Keywords:** *usability, nielsen's attributes of usability, e-commerce purchase intention, UI/UX, shopee*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Batasan Masalah .....</b>	<b>4</b>
BAB II.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
TINJAUAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1. Landasan Teori.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1. Usability .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2. <i>User Experience Dan User Interface</i> ...</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1. <i>User Experience</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2. <i>User Interface</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1. Pengertian Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.4. Kerangka Pikiran.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.5. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.6. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
METODOLOGI PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Tahapan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Studi Literature.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.2.1.	Studi Pustaka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2.	Studi Lapangan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.	Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.	Penentuan Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.5.</b>	<b>Populasi dan Sampel.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1.	Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2.	Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.	Menyusun Kuesioner dan Pengujian Kuesioner	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.	Penyebaran Kuesioner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9.</b>	<b>Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9.1.</b>	<b>Uji Normalitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.9.2.</b>	<b>Uji Multikolinieritas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.10.3.</b>	<b>Analisis Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.11.</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.11.1.</b>	<b>Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.1.</b>	<b>Hasil Uji Pilot Test.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.</b>	<b>Karakteristik Responden .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.1.</b>	<b>Karakteristik Jenis kelamin .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.2.</b>	<b>Karakteristik Umur .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.3.</b>	<b>Karakteristik Pengalaman Berbelanja di Shopee.</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.4.</b>	<b>Karakteristik Domisili (Kota Palembang)</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.</b>	<b>Analisis Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.1.</b>	<b>Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.1.1.</b>	<b>Uji Validitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3.1.2.</b>	<b>Uji Reliabilitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.	Uji Multikolinieritas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.	Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8.	Pengujian Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8.1.	Uji Parsial (Uji t).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8.2.	Uji Simultan (Uji F).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8.3.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BAB V.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>5.2. Saran</b> .....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Variabel Usability .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 2. 2</b> Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 3.1</b> Instrumen Pertanyaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 3.2</b> Tabel Skala Likert .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.1</b> Uji Validitas Instrumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.3</b> Pengujian Karakteristik Jenis kelamin..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.4</b> Pengujian Karakteristik Umur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.5</b> Pengujian Karakteristik Pengalaman Berbelanja di Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.6</b> Pengujian Karakteristik Domisili.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.7</b> Uji validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Rangkuman Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b>	<b>Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 3.1</b>	<b>Diagram Alur Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.1</b>	<b>Grafik histogram.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.2</b>	<b>Grafik normal probability plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.3</b>	<b>One-sample kolmogorov-smirnov test.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.4</b>	<b>Hasil uji multikolinieritas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.5</b>	<b>Hasil uji heteroskedastisitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.6</b>	<b>hasil analisis persamaan regresi .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.7</b>	<b>Uji parsial.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.8</b>	<b>Anova.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.9</b>	<b>Model summary .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.10</b>	<b>Path analysis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Validasi Kuesioner .....	<b>A-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 2</b> Kuesioner .....	<b>B-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 3</b> Hasil Kuesioner.....	<b>B-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 4</b> Jawaban Responden .....	<b>C-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 5</b> Screenshot proses Submit, In-Review, Accepted, dan Published .....	<b>D-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 6</b> LOA .....	<b>E-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 7</b> Hasil Pengecekan Turnitin .....	<b>F-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 8</b> Surat Pernyataan <i>Similiarlity</i> .....	<b>G-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 9</b> Kartu Konsultasi Mahasiswa .....	<b>H-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 10</b> Surat Kesediaan Membimbing.....	<b>I-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 11</b> Form Desk Evaluasi .....	<b>J-Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 12</b> Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial .....	<b>K-Error! Bookmark not defined.</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri ritel. Salah satu perubahan terbesar terjadi dalam perilaku konsumen, terutama dalam hal berbelanja secara online melalui platform *e-commerce*. *E-commerce* kini menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa perlu mengunjungi toko fisik. Salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, khususnya Indonesia, adalah Shopee.

Menurut Statista (2024), Shopee menjadi platform *e-commerce* terpopuler di Indonesia dengan 228 juta klik pada Februari 2024, menguasai 51% dari total kunjungan *e-commerce* pada periode Februari hingga April. Dominasi Shopee ini berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip usability dalam UI/UX Shopee, termasuk kemudahan navigasi, akses cepat, dan desain antarmuka yang intuitif, yang mendorong pengalaman belanja yang nyaman dan efisien. Hal ini menarik konsumen untuk kembali bertransaksi dan mengunjungi platform tersebut. Oleh karena itu, penerapan usability dalam UI/UX dapat dianggap sebagai salah satu kunci keberhasilan Shopee dalam menarik dan mempertahankan minat beli konsumen di Indonesia.

Hal ini didukung oleh (Wiwesa, 2021) yang menekankan pentingnya aspek usability dalam UI/UX sebagai salah satu determinan utama yang memengaruhi minat beli konsumen di platform *e-commerce*. Menurut (Nielsen, 1993), usability merujuk pada seberapa mudah dan efisien pengguna dapat menavigasi platform



serta menyelesaikan tugas, seperti mencari informasi produk, menambahkan barang ke keranjang, dan menyelesaikan pembayaran.

Jacob Nielsen dalam hal ini juga menyebutkan, Usability mencakup beberapa prinsip, antara lain Beberapa kriteria yang digunakan untuk mengukur usability adalah *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors* dan *Satisfaction* (Nielsen, 1993). Prinsip-prinsip seperti *Learnability*, *Memorability*, *Efficiency*, *Errors*, dan *Satisfaction*, ini di gunakan oleh(Nuriman & Mayesti, 2020)& (Sibarani, 2021), untuk mengevaluasi tingkat kegunaan dan kepuasan pengguna pada website dan aplikasi dari perspektif pengguna. Oleh karena itu Prinsip-prinsip usability dalam UI/UX tidak hanya bertujuan untuk memberikan akses yang mudah kepada pengguna, tetapi juga memastikan bahwa pengalaman interaksi yang diberikan memuaskan dan efisien.

Dalam kaitannya dengan minat beli konsumen, prinsip-prinsip usability dalam UI/UX sangat mempengaruhi bagaimana konsumen berinteraksi dengan platform e-commerce seperti Shopee. Sebuah platform dengan navigasi yang mudah dipahami, proses transaksi yang efisien, dan desain yang konsisten mampu menciptakan pengalaman yang positif bagi pengguna. Hal ini tidak hanya mendorong pengguna untuk menyelesaikan transaksi pertama mereka, tetapi juga meningkatkan peluang mereka untuk kembali berbelanja. Ketika pengalaman penggunaan platform terasa memuaskan dan tanpa hambatan, konsumen cenderung merasa lebih nyaman dan percaya untuk melakukan pembelian secara berulang, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pengguna terhadap platform tersebut.

Minat beli konsumen muncul dari ketertarikan terhadap produk yang dipicu oleh berbagai rangsangan, seperti promosi yang efektif. Minat beli ini berkembang

melalui proses psikologis yang melibatkan pemikiran dan keinginan untuk membeli, yang akhirnya mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam bisnis, promosi menjadi strategi utama untuk membangun kesadaran konsumen, memberikan informasi, dan menciptakan citra positif produk sehingga menarik minat beli. Bagi e-commerce, promosi bahkan menjadi investasi penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui daya tarik yang kuat terhadap konsumen (Algiffary et al., 2020).

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh penerapan prinsip-prinsip usability dalam UI/UX terhadap minat beli konsumen di platform Shopee. Dengan semakin tingginya persaingan di industri e-commerce, usability yang baik menjadi faktor kunci dalam membedakan suatu platform dari pesaingnya. Semakin baik usability yang diterapkan oleh sebuah platform, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian dan mempertahankan loyalitas mereka. Permasalahan utama yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah: "Sejauh mana penerapan prinsip-prinsip usability dalam UI/UX dapat memengaruhi minat beli konsumen di platform Shopee?" Pertanyaan ini mendasari upaya untuk memahami secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip usability dalam UI/UX dapat membentuk persepsi dan minat beli konsumen dalam konteks belanja online di platform shopee.

## **1.2. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh penerapan prinsip-prinsip usability dalam UI/UX terhadap minat beli konsumen di platform Shopee.

### **1.3. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai usability dalam UI/UX dan hubungannya dengan perilaku konsumen di e-commerce. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengembang platform e-commerce, termasuk Shopee, untuk meningkatkan usability antarmuka mereka dan dengan demikian meningkatkan minat beli konsumen.

### **1.4. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan yang ditetapkan untuk menjaga fokus dan relevansi studi. Batasan masalah yang ditetapkan meliputi.

1. Pengguna Shopee di kota Palembang, untuk memastikan relevansi hasil penelitian dengan perilaku konsumen lokal.
2. Prinsip-prinsip usability (Learnability, Efficiency, Memorability, Errors, dan Satisfaction), karena aspek-aspek ini adalah kunci dalam menentukan pengalaman pengguna dalam e-commerce.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dhamayanti, & Yulianti, E. (2020). *Implementasi End User Computing Satisfaction (Eucs) Method Pada Evaluasi Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Pembelajaran E-Learning*. 12, 886–890. <http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/avoer/article/view/302>
- Fadilla, N., & Purnama, I. (2023). Pengaruh Sikap dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Toko Dillaaa. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(1), 1–13.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (1st ed.). Univ. Diponegoro Press.
- Gusti, I., Agung, A., Indrayani, D., Putu, I., Bayupati, A., Made, I., & Putra, S. (2020). Analisis Usability Aplikasi iBadung Menggunakan Heuristic Evaluation Method Analisis Usability Aplikasi iBadung Menggunakan Heuristic Evaluation Method (I Gusti Ayu Agung Diah Indrayani). *JURNAL ILMIAH MERPATI*.
- Hariadi, R. D., & Sulistiono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online OLX. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.402>
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS* (1st ed.). Elex Media Komputindo.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>
- Hernaeny, U. (2021). Populasi dan sampel. *Pengantar Statistika*, 1(33), 342–351. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=ON86N64AAAAJ&citation\\_for\\_view=ON86N64AAAAJ:ufrVoPGSRksC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=ON86N64AAAAJ&citation_for_view=ON86N64AAAAJ:ufrVoPGSRksC)
- Hutahaean, H. A., Ruwaida, A., Saddhwi, N. L., Adnyani, S., Govindaraju, R., & Sudirman, I. (2024). Incorporating Functional Quality into Usability Model of E-Commerce Application. *TEM Journal*, 13(3), 1889–1904. <https://doi.org/10.18421/tem133-17>
- Ismi, R. N., & Abdilla, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 428–441. <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/download/973/593>
- Kesuma Bhakti, F., Ahmad, I., & Adrian, Q. J. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Pesan Antar Dalam Kota Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Kota Bandar Lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 3(2), 45–54.
- Kurniawan, W. J., & Muzawi, R. (2021). Pengukuran Tingkat Kebergunaan (Usability) Pada Sistem Penyewaan Papan Iklan (Sys-BL). *Jurnal Teknik Informatika Dan*

- Sistem Informasi (JATISI)*, 8(1), 323–328.  
<https://www.academia.edu/download/94670987/240.pdf>
- Monang, A., Maslichah, & Alrasyid, H. (2023). Pengaruh Efisiensi Dan Kualitas Layanan E-Maal Terhadap Kepuasan Konsumen. *El-Aswaq*, 4(1), 13–25.  
<https://doi.org/10.31106/laswq.v4i01.25786>
- Napitupulu, R. M. (2019). Pengaruh Usability, Information dan Service Interaction terhadap Minat Beli pada muslimarket.com. *Jurnal Iqtisaduna*, 4(2), 140.  
<https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v4i2.5770>
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering* (1st ed., pp. 1–362). Academic Press.
- Nugroho, D. P., & Sari, R. (2023). Analisis UI/UX menggunakan Metode User Centered-Design Pada Aplikasi TSP Mobile. *Jurnal Infortech*, 5(2), 159–165.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech>
- Nuriman, M. L., & Mayesti, N. (2020). Evaluasi Ketergunaan Website Perpustakaan Universitas Indonesia Menggunakan System Usability Scale. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 41(2), 253–269.  
<https://doi.org/10.14203/j.baca.v41i2.622>
- Omas, P., Kurniawan, M., & Lorensia, F. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs E-Commerce (Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak). *Prosiding National Seminar on Accounting UKMC*, 1(1), 370–381.
- Permana, E., Cahyani, D. S., Wijayanti, F., & Syamsurizal. (2024). Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 1(2), 337–355. <https://doi.org/10.61132/jieap.v1i2.312>
- Pinasty, W. A., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2022. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5(1), 9–19.  
<https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i1.7299>
- Prabowo, M., & Suprpto, A. (2021). Usability Testing pada Sistem Informasi Akademik IAIN Salatiga Menggunakan Metode System Usability Scale. In *JANUARI* (Vol. 6, Issue 1).
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Putri, N. L., Wedayanti, A., Kadek, N., Wirdiani, A., Ketut, I., & Purnawan, A. (2019). Evaluasi Aspek Usability pada Aplikasi Simalu Menggunakan Metode Usability Testing. *MERPATI*, 7(2).
- Rasio, H. S., & Perdana, S. R. (2020). Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Komputer Terapan*, 6(1), 69–78.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Sibarani, A. J. P. (2021). Usability and user satisfaction rate evaluation on e-learning application from student's perspective using Nielsen usability method. *Jurnal Infotel*, 13(3), 120–127. <https://doi.org/10.20895/infotel.v13i3.673>

- Simamora, L. A. E., & Pakereng, M. A. I. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna E-Commerce Lazada Di Indonesia Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *JIPi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 9(2), 693–700. <https://doi.org/10.29100/jipi.v9i2.4696>
- Steven, J., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 267–278. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed., pp. 1–546). Alfabeta.
- Suryanata, F., & Rusdiansyah, R. (2024). Website UI/UX Analysis and Redesign using Usability Testing Methods. *Informatics and Software Engineering*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.58777/ise.v2i1.96>
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss2/2>