

ABSTRAK

ANALISIS KETERLIBATAN PENGGUNA PADA APLIKASI SHOPEE MENGUNAKAN *USER ENGAGEMENT SCALE* (UES)

Oleh

Eralda Prasetya Utama 19103010

Masyarakat saat ini banyak menggunakan *marketplace* dalam membeli sesuatu yang mereka butuhkan. *Marketplace* memudahkan masyarakat dalam membeli dan bertransaksi, serta menjadi tempat perantara antar penjual dan pembeli secara online. Shopee berada di urutan kedua sebagai *platform* yang banyak digunakan oleh masyarakat, dengan rata-rata pengunjung yang mencapai 132,8 juta. Shopee adalah salah satu *platform e-commerce* yang ada di Indonesia hingga saat ini, Shopee menjadi *platform* belanja *online* terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Tujuan penelitian untuk mengetahui hasil analisis keterlibatan pengguna pada aplikasi Shopee berdasarkan dimensi yang ada dalam metode *User Engagement Scale*. Manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau menjadi bahan yang berguna kepada pihak yang membutuhkan data seperti perihal aplikasi Shopee atau informasi untuk penelitian selanjutnya. Dalam *User Engagement Scale* adalah metode untuk mengukur skala dari keterlibatan pengguna dalam suatu sistem, metode berupa sebuah kuesioner yang terdiri dari 31 item dan 6 dimensi. *User Engagement* adalah tingkatan keterlibatan *physical*, *cognitive*, dan emosional customer dalam menjalin suatu hubungan dengan pihak perusahaan. *User Engagement* menjadi salah satu strategi penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola untuk keberhasilan perusahaan. Dimensi *Aesthetic Appeal* memiliki jumlah tinggi dibandingkan dimensi yang lain. Jumlah dimensi *Aesthetic Appeal* dalam perhitungan *sum scale* mencapai 5530, dan terdapat 81,62% yang berarti pengguna sangat setuju jika Shopee terasa atraktif, menarik secara estetik, pengguna suka dengan grafik dan tampilan, menarik perhatian dengan *visualnya*, dan memiliki tata letak dan tampilan *layout* yang menarik secara *visual*.

Kata Kunci: Shopee, *User Engagement Scale* (UES), *E-commerce*