

Analisis Usability Fitur Shopee Affiliate Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS)

Isni Oktria^{1*}, Adhika Novandya²

¹Jurusan Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Gunadarma

²Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknik & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika

Article History

Received : 15-12-2025

Revised : 20-12-2025

Accepted : 30-01-2025

Published : 08-02-2026

Corresponding author*:

isnioktria@staff.gunadarma.ac.id

Cite This Article: Isni Oktria, & Adhika Novandya. (2026). Analisis Usability Fitur Shopee Affiliate Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS). Jurnal Teknik Dan Science, 5(1), 55–63.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jts.v5i1.2585>

Abstract: Perkembangan teknologi digital pada platform e-commerce di Indonesia mendorong hadirnya berbagai fitur pendukung, salah satunya adalah Shopee Affiliate yang memperkuat ekosistem digital ini, memungkinkan pengguna media sosial, mempromosikan produk dan mendapatkan komisi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kegunaan (usability) dan efektivitas fitur Shopee Affiliate dengan menggunakan metode System Usability Scale (SUS). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna Shopee Affiliate, kemudian dianalisis untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna menilai fitur Shopee Affiliate mudah digunakan, cukup jelas alur dan penggunaannya. Hasil pengukuran SUS memperoleh skor sebesar 79, yang termasuk dalam kategori Acceptable pada acceptable range serta berada pada Grade B dalam grade scale. Hal ini menunjukkan bahwa usability dan efektivitas merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan serta kemudahan penggunaan fitur. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih optimal.

Keywords: Shopee Affiliate, System Usability Scale, Usability, E-commerce, Perkembangan teknologi digital

PENDAHULUAN

Perkembangan e-commerce mendorong hadirnya berbagai fitur pendukung pemasaran digital, salah satunya melalui program afiliasi. Program ini memungkinkan pengguna untuk mempromosikan produk dengan membagikan tautan produk dan memperoleh komisi dari penjualan yang dihasilkan. Shopee menyediakan fitur Shopee Affiliate sebagai sarana bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam aktivitas promosi secara daring. Agar fitur ini dapat digunakan secara optimal, diperlukan evaluasi terhadap efektivitas sistem serta tingkat kepuasan pengguna.

Efektivitas fitur digital ini berkaitan dengan kemudahan penggunaan, alur sistem yang jelas, serta manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna juga menjadi indikator penting dalam menilai kualitas layanan digital. Pengguna yang merasa sistem mudah digunakan dan memberikan hasil yang sesuai, akan lebih aktif dalam memanfaatkan fitur tersebut. Oleh karena itu, analisis terhadap efektivitas dan kepuasan pengguna diperlukan untuk mengetahui sejauh mana fitur Shopee Affiliate telah memenuhi kebutuhan penggunanya.

Penelitian ini melibatkan responden dengan rentang usia 20–40 tahun yang berasal dari beberapa latar belakang, yaitu mahasiswa, ibu pekerja, dan ibu rumah tangga. Kelompok usia dan latar belakang tersebut dipilih karena merupakan pengguna aktif e-

commerce dan memiliki potensi besar dalam memanfaatkan program afiliasi, baik sebagai sarana tambahan penghasilan maupun sebagai aktivitas promosi produk di media digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode System Usability Scale (SUS). Penelitian ini menggunakan SUS, karena mudah digunakan dan efisien dengan format kuesioner yang sederhana, memberikan hasil kuantitatif yang dapat, cocok untuk berbagai konteks dan tipe pengguna sebagai pengguna utama fitur Shopee Affiliate, serta mampu mengidentifikasi permasalahan kegunaan secara efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana fitur Shopee Affiliate dianggap mudah digunakan oleh penggunanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Program Afiliasi pada Platform E-Commerce Shopee

Program afiliasi merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang melibatkan pengguna dalam kegiatan promosi produk. Pengguna membagikan tautan produk kepada orang lain melalui media sosial atau platform digital lainnya. Jika terjadi pembelian melalui tautan tersebut, pengguna akan memperoleh komisi. Konsep ini banyak digunakan oleh platform e-commerce karena dinilai efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran.

Shopee menghadirkan Shopee Affiliate sebagai bentuk penerapan program afiliasi yang dapat diikuti oleh pengguna tanpa harus menjadi penjual. Melalui fitur ini, pengguna dapat memilih produk tertentu, membagikan tautan afiliasi, serta memantau komisi yang diperoleh melalui sistem yang telah disediakan. Shopee Affiliate dirancang agar dapat digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa, ibu pekerja, dan ibu rumah tangga, karena proses pendaftaran dan penggunaannya relatif sederhana. Dengan adanya fitur ini, pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai mitra promosi dalam wadah e-commerce Shopee.

Efektivitas Sistem dan Kemudahan Penggunaan

Efektivitas sistem dalam layanan digital berkaitan dengan kemampuan sistem dalam membantu pengguna mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu aspek utama dalam menilai efektivitas adalah usability atau kemudahan penggunaan. Sistem yang memiliki usability yang baik biasanya mudah dipahami, memiliki alur yang jelas, serta tidak menyulitkan pengguna dalam menjalankan fitur-fitur yang tersedia. Apabila pengguna merasa sistem mudah digunakan, maka sistem tersebut cenderung dianggap efektif dalam mendukung aktivitas pengguna.

System Usability Scale

System Usability Scale (SUS) merupakan metode yang sering digunakan untuk menilai tingkat usability sebuah sistem. Metode ini terdiri dari sepuluh pernyataan yang mencerminkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sistem menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju".

Kelebihan SUS terletak pada proses pengisiannya yang singkat dan mudah dipahami oleh responden dari berbagai latar belakang. Hasil penilaian SUS kemudian diolah menjadi satu skor yang mencerminkan tingkat usability sistem secara umum. Skor tersebut dapat digunakan sebagai gambaran awal untuk mengetahui apakah suatu sistem sudah tergolong mudah digunakan atau masih memerlukan perbaikan. Dalam konteks fitur Shopee Affiliate, SUS membantu mengukur sejauh mana pengguna merasa nyaman dan terbantu saat menggunakan fitur tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna melalui metode **System Usability Scale (SUS)**.

Tahapan evaluasi *usability* menggunakan metode SUS :

1. Inisiasi Penelitian

Tahap ini dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang muncul pada objek penelitian, yaitu **fitur Shopee Affiliate** sebagai salah satu layanan *e-commerce* yang mendukung aktivitas pemasaran digital berbasis afiliasi.

Melalui observasi penggunaan fitur dan penelusuran literatur terkait evaluasi *usability*, kepuasan pengguna, serta pengukuran efektivitas sistem digital, menunjukkan bahwa meskipun fitur Shopee Affiliate banyak digunakan, masih terdapat pandangan pengguna terkait kemudahan, pemahaman fitur dan hasil yang diperoleh.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diinisiasi untuk mengevaluasi **tingkat usability menggunakan System Usability Scale (SUS)**, mengukur **persepsi efektivitas fitur**, serta menganalisis **kepuasan pengguna**.

2. Perancangan Pengujian

Responden diminta untuk memberikan penilaian dimana angka 5 menunjukkan sangat setuju, sedangkan angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju yang terdiri dari 10 pertanyaan terkait pengalaman pengguna menggunakan fitur Shopee Affiliate pada aplikasi Shopee. Kuesioner ini dirancang untuk mengevaluasi sejauh mana fitur tersebut memenuhi aspek fitur yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, efektivitas, dan kenyamanan penggunaan. Responden akan menjawab 10 pertanyaan berikut:

Tabel 1. Detail Pertanyaan

No	Pertanyaan	Skor
1.	Saya pikir saya akan sering menggunakan fitur Shopee Affiliate ini.	1-5
2.	Saya merasa fitur Shopee Affiliate ini terlalu rumit untuk digunakan.	1-5
3.	Saya merasa fitur Shopee Affiliate mudah digunakan.	1-5
4.	Saya merasa perlu bantuan dari orang lain atau teknisi untuk dapat menggunakan fitur Shopee Affiliate ini.	1-5
5.	Saya merasa fungsi-fungsi dalam fitur Shopee Affiliate terintegrasi dengan baik.	1-5

6.	Saya merasa terdapat terlalu banyak ketidakkonsistenan dalam fitur Shopee Affiliate ini.	1-5
7.	Saya merasa sebagian besar orang akan dapat belajar menggunakan fitur Shopee Affiliate ini dengan cepat.	1-5
8.	Saya merasa fitur Shopee Affiliate ini membingungkan untuk digunakan.	1-5
9.	Saya merasa percaya diri saat menggunakan fitur Shopee Affiliate.	1-5
10.	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum dapat menggunakan fitur Shopee Affiliate ini dengan baik.	1-5

Pernyataan kuesioner membahas berbagai topik kegunaan, seperti keandalan sistem, kepercayaan pengguna saat menggunakan fitur, kemudahan, dan kesederhanaan akses dengan menggunakan skala Likert 1 hingga 5.

Tabel 2. Detail Score Jawaban

Jawaban	Score
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-ragu (RG)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Setelah data dari responden terkumpul, langkah selanjutnya adalah menghitung skor usability menggunakan metode SUS.

Berikut merupakan formula perhitungan skor SUS :

$$\text{SUS Score} = \{(P1-1)+(P-S2)+(P3-1)+(5-P4)+(P5-1)+(5-P6) + (P7-1)+(5-P8)+(P9-1)+(5-P10)\} \times 2.5$$

Skor jawaban dari pernyataan bernomor ganjil (P1, P3, P5, P7, P9) dikurangi dengan 1 (nilai ganjil = $\sum P_x - 1$, dimana P_x adalah jumlah pernyataan ganjil), sedangkan skor jawaban dari pernyataan bernomor genap (P2, Q4, P6, P8, P10) dihitung dengan cara 5 dikurangi skor jawaban (nilai genap = $\sum 5 - P_n$, dimana P_n adalah jumlah pernyataan genap).

Kemudian menjumlahkan setiap nilai skor yang dijawab responden, setelah itu hasil nilai skor tersebut dikali 2.5 untuk menyesuaikan range yang berlaku yaitu 0 – 100. ($\sum$ skor ganjil - $\sum$ skor genap) x 2,5

Setiap responden, baik mahasiswa, ibu rumah tangga, maupun ibu pekerja telah memiliki nilai skor berdasarkan perhitungan diatas, maka dilakukan pembagian sejumlah responden untuk diperoleh nilai rata-rata dengan rumus sebagai berikut :

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:

X : Nilai rata-rata

$\sum x$: Jumlah nilai

n : Jumlah responden

Pengujian dan Analisis Data

Pada penelitian ini, survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa perempuan, ibu pekerja, dan ibu rumah tangga secara luring dan daring.

Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis dengan cara menghitung skor SUS untuk setiap jawaban. Nilai rata-rata yang dihasilkan akan diklasifikasi dan diinterpretasi berdasarkan **skor System Usability Scale (SUS), yang disebut dengan Acceptability Range**, didasarkan pada penelitian Brooke (1996) dan pengembangan interpretasi oleh Bangor, Kortum, dan Miller (2008). Konsep ini digunakan untuk membantu peneliti dan pengembang dalam menafsirkan apakah suatu sistem **dapat diterima (acceptable)**, **perlu perbaikan**, atau **tidak dapat diterima** oleh pengguna.

Tabel 3. *Acceptability Range*

Rentang Skor SUS	Interpretasi
0 - 50,9	<i>Not Acceptable</i>
51 - 70,9	<i>Marginal</i>
71 - 100	<i>Acceptable</i>

Tabel 4. *Peringkat Skor SUS (Grade Scale)*

Grade	Keterangan
A	Skor $\geq 80,3$
B	Skor ≥ 74 dan $< 80,3$
C	Skor ≥ 68 dan < 74
D	Skor ≥ 51 dan < 68
E	Skor < 51

Responden yang menjadi pengguna diperhitungkan tingkat penerimaan (*acceptability range*) dan skala grade (*grade scale*).

Tingkat penerimaan responden terdiri dari 3 kategori yaitu *not acceptable*, *marginal*, dan *acceptable*. Tingkat skala grade terdiri dari 5 skala yaitu A, B, C, D, dan E.

Berdasarkan data pada tabel 3 dan 4, menunjukkan bahwa semakin tinggi skor SUS yang didapatkan, semakin bagus tingkat usability pada fitur Shopee Affiliate yang terdapat pada aplikasi e-commerce Shopee yang dilihat dari pengalaman pengguna. Sehingga, hasil dari perhitungan dapat digunakan untuk menilai apakah fitur tersebut sudah memenuhi standar usability yang baik atau masih memerlukan perbaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang didistribusikan kepada responden yang dipilih, mulai dari mahasiswa, ibu pekerja, dan ibu rumah tangga dengan range usia 20-40 tahun, dengan jumlah total 40 responden. Seluruh responden adalah pengguna aktif fitur Shopee Affiliate

pada aplikasi e-commerce Shopee, sehingga responden akan menjawab seluruh pertanyaan kuesioner sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang dirasakan responden. Setelah hasil jawaban kuesioner terkumpul, selanjutnya akan dihitung dengan rumus interval kelas dan nilai rata-rata, kemudian dihitung kembali sesuai skor nilai di setiap variabel.

Tabel 5. Data Jawaban Kuesioner

R	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	4	2	4	2	5	2	4	2	4	2
R2	5	2	4	2	4	2	4	1	5	2
R3	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2
R4	5	2	5	1	4	2	5	2	4	1
R5	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
R6	4	2	4	2	5	2	4	2	5	2
R7	5	1	4	2	4	2	4	2	4	2
R8	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2
R9	4	2	5	2	4	2	5	2	4	2
R10	5	2	4	2	5	2	4	2	4	2
R11	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2
R12	5	1	5	2	4	2	5	2	4	1
R13	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2
R14	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2
R15	5	2	4	2	5	1	4	2	4	2
R16	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2
R17	4	2	5	2	4	2	5	2	4	2
R18	5	2	4	2	4	2	4	1	5	2
R19	4	2	4	2	5	2	4	2	4	2
R20	5	1	5	2	4	2	5	2	4	1
R21	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
R22	4	2	5	2	4	2	5	2	4	2
R23	5	2	4	2	5	2	4	2	5	2
R24	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2
R25	5	1	5	2	4	2	5	2	4	1
R26	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2
R27	4	2	5	2	4	2	5	2	4	2
R28	5	2	4	2	5	2	4	2	4	2
R29	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2
R30	5	1	5	2	4	2	5	2	4	1

Kemudian selanjutnya melakukan analisis data terhadap fitur Shopee Affiliate untuk menentukan skor SUS berdasarkan tabel hasil yang diperoleh dari kuisisioner. Data skor SUS ini dapat menginterpretasi tingkat kemudahan penggunaan fitur tersebut berdasarkan pengalaman responden.

Tabel 6. Data Hasil Perhitungan Skor SUS

R	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Skor SUS
R1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	77.5
R2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	33	82.5
R3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	72.5
R4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35	87.5
R5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	72.5
R6	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32	80
R7	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	80
R8	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29	72.5
R9	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32	80
R10	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32	80
R11	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29	72.5
R12	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	87.5
R13	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	77.5
R14	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	72.5
R15	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	33	82.5
R16	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29	72.5
R17	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32	80
R18	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	33	82.5
R19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	77.5
R20	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	87.5
R21	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	72.5
R22	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32	80
R23	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	33	82.5
R24	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29	72.5
R25	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	87.5
R26	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29	72.5
R27	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32	80
R28	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32	80
R29	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	77.5
R30	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	87.5
Jumlah											2370	
Nilai Rata-rata											79	

Kesimpulan dari tabel perhitungan skor SUS diatas adalah sebagai berikut :

1. Data yang didapat dari pengisian kuisioner sebanyak 30 responden, menghasilkan total jumlah nilai skor SUS sebesar 2.370, dengan nilai rata-rata skor SUS 79.
2. Skor SUS 79 termasuk dalam kategori **Acceptable** berdasarkan tabel *acceptable range* dan mendapat **skor B** berdasarkan tabel *grade scale*.
3. Fitur Shopee Affiliate ini memiliki tingkat kegunaan (usability) yang baik, pengguna umumnya merasa nyaman, dan sistem menunjukkan performa dan fungsionalitas yang baik, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan.

Berikut adalah persentase hasil dari jawaban responden terhadap semua pertanyaan pada bagian kuesioner.

Skala Likert	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1 (TS)	0%	20,0%	0%	10,0%	0%	6,7%	0%	6,7%	0%	13,3%
2 (TS)	0%	66,7%	0%	70,0%	0%	73,3%	0%	80,0%	0%	86,7%
3 (RG)	0%	13,3%	0%	20,0%	0%	20,0%	0%	13,3%	0%	0%
4 (S)	60,0%	0%	60,0%	0%	60,0%	0%	60,0%	0%	60,0%	0%
5 (SS)	40,0%	0%	40,0%	0%	40,0%	0%	40,0%	0%	40,0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Berikut hasil analisis berdasarkan pada data yang terkumpul dalam uji *usability* pada fitur Shopee Affiliate dalam aplikasi *e-commerce* Shopee adalah sebagai berikut :

1. Apakah Anda akan sering menggunakan fitur Shopee Affiliate ini? Responden akan sering menggunakan fitur ini, dimana mayoritas responden menjawab 60% setuju, 40% sangat setuju.
2. Apakah fitur Shopee Affiliate ini terlalu rumit untuk digunakan? 66,7% responden tidak setuju, 20% sangat tidak setuju, dan sekitar 13,3% menjawab ragu. Hal ini menunjukkan bawa fitur ini tidak terlalu rumit untuk digunakan, namun untuk *user experience*-nya bisa ditingkatkan lagi.
3. Apakah fitur Shopee Affiliate mudah digunakan? Mayoritas responden menjawab 60% setuju dan 40% sangat setuju bahwa fitur ini mudah digunakan.
4. Apakah Anda perlu bantuan dari orang lain atau teknisi untuk dapat menggunakan fitur Shopee Affiliate ini? 10% sangat tidak setuju dan 70% tidak setuju untuk memerlukan bantuan dari orang lain, namun walaupun fitur ini dirasa cukup mudah, 20% responden masih merasa memerlukan panduan untuk menggunakan fitur ini.
5. Apakah fungsi-fungsi dalam fitur Shopee Affiliate terintegrasi dengan baik? 60% setuju dan 40% sangat setuju. Fitur ini terintegrasi dengan baik, menunjukkan sebagian besar pengguna senang dengan kinerja fitur ini.
6. Apakah Anda merasa terdapat terlalu banyak ketidakkonsistenan dalam fitur Shopee Affiliate ini? 73,3 % menjawab tidak setuju, 6,7% menjawab sangat tidak setuju, dan 20% menjawab ragu-ragu. Mayoritas responden menganggap bawa fitur Shopee Affiliate sudah konsisten, dan untuk responden dengan kategori ragu, mengharapkan untuk meningkatkan konsistensi agar pengalaman pengguna lebih baik lagi.
7. Apakah sebagian besar orang akan dapat belajar menggunakan fitur Shopee Affiliate ini dengan cepat? 60% setuju dan 40% sangat setuju. Hal ini menunjukkan fitur Shopee Affiliate tidak terlalu rumit untuk dipelajari.
8. Apakah fitur Shopee Affiliate ini membingungkan untuk digunakan? 80% tidak setuju, 6,7% sangat tidak setuju, menunjukkan bahwa fitur ini dapat dipelajari dan mudah untuk digunakan, namun masih ada responden 13,3% masih ragu, sehingga fitur ini perlu dibuat lebih mudah dipahami baik, dapat melalui pengembangan UI/UX maupun panduan pengguna.
9. Apakah Anda percaya diri saat menggunakan fitur Shopee Affiliate? 60% setuju dan 40% sangat setuju dalam penggunaan fitur ini, sehingga fitur ini sudah dalam jalur yang benar karena responden merasa percaya diri.

Apakah Anda perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum dapat menggunakan fitur Shopee Affiliate ini dengan baik? 86,7% tidak setuju, 13,3% sangat tidak setuju, dalam artian penggunaan fitur ini dari awal tidak rumit, pengguna mendapatkan prosedur penggunaan dengan baik, sehingga mudah digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian fitur Shopee Affiliate pada aplikasi e-commerce Shopee dengan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) diperoleh nilai rata-rata hasil skor SUS sebesar 79 termasuk kedalam kategori B dalam grade scale, dan Acceptable dalam acceptability range.

Hasil ini menunjukkan bahwa fitur Shopee Affiliate memiliki tingkat kegunaan yang baik dan dapat diterima oleh pengguna. Sebagian besar pengguna merasa fitur Shopee Affiliate mudah dipahami, tidak rumit saat digunakan. Respon positif pada pernyataan-pernyataan positif, serta rendahnya tingkat persetujuan pada pernyataan negatif, membuktikan bahwa sistem sudah dirancang dengan alur penggunaan yang cukup jelas dan nyaman.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hal yang dapat ditingkatkan, terutama pada bagian yang berkaitan dengan konsistensi fitur dan kemudahan bagi pengguna baru. Fitur Shopee Affiliate berpotensi untuk mencapai tingkat usability yang lebih tinggi dan memberikan pengalaman pengguna yang semakin optimal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur Shopee Affiliate telah memenuhi standar usability yang baik dan layak digunakan sebagai sarana pendukung kegiatan afiliasi bagi penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brooke, J. (1996). SUS: A quick and dirty usability scale. Dalam *Usability Evaluation in Industry*. Taylor & Francis.
- Bangor, A., Kortum, P. T., & Miller, J. T. (2008). An empirical evaluation of the System Usability Scale. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24(6), 574–594.
- Lewis, J. R. (2018). The System Usability Scale: Past, present, and future. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 577–590.
- Azizah, R. N., & Prabowo, D. W. (2020). Analisis usability aplikasi e-commerce menggunakan metode System Usability Scale (SUS). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, 7(1), 45–52.
- Saputra, D., & Kurniawan, B. (2022). Analisis usability aplikasi mobile commerce menggunakan System Usability Scale. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 1024–1031.
- Wijaya, H., & Setiawan, A. (2021). Pengujian usability pada aplikasi marketplace menggunakan pendekatan System Usability Scale. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi (JIFOSI)*, 2(3), 455–463.
- Putra, A. P., & Wahyudi, A. (2021). Pengukuran usability sistem informasi berbasis web menggunakan System Usability Scale (SUS). *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 5(4), 742–748.
- Mulyodiputro, M. D., & Ardhana, V. Y. P. (2023). Pengujian usability Sistem Informasi Akademik (SISKA) Universitas Qamarul Huda Badaruddin menggunakan System Usability Scale (SUS). *Sistem Informasi Journal (SIJ)*, 6(2), 421–427.
- Sagala, R. E., & Putra, I. N. T. A. (2025). Analisis usability fitur live shopping pada aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa dengan metode System Usability Scale (SUS). *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 8(2), 906-914.
- Putra, D. P., & Sari, M. (2025). Analisis pengalaman pengguna pada fitur afiliasi marketplace menggunakan System Usability Scale. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 6(1), 22–30
- Rahman, F., & Maulana, Y. (2025). Pengujian usability aplikasi e-commerce berbasis mobile menggunakan metode System Usability Scale (SUS). *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 30(1), 45–53.
- Putri, A. N., & Ramadhan, R. (2024). Pengukuran usability sistem informasi berbasis web menggunakan metode System Usability Scale (SUS). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, 11(1), 87–95.
- Lestari, S., & Kurniawan, D. (2024). Evaluasi usability aplikasi marketplace berbasis mobile menggunakan System Usability Scale. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 8(2), 945–952.
- Shopee Indonesia. (2024). Shopee Affiliate Program. <https://affiliate.shopee.co.id/>.