

Evaluasi Keberhasilan Aplikasi CapCut dalam Pembuatan Video Promosi Produk: Pendekatan *DeLone and McLean*

Riche¹, Jepronel Saragih^{2*}, Wenripin Chandra³, Suminar Ariwibowo⁴, Segar Napitupulu⁵

^{1,4}Sistem Informasi, Fakultas Informatika, Universitas Mikroskil, Medan, Indonesia

^{2,3}Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia

⁵Teknik Informatika, Fakultas Informatika, Universitas Mikroskil, Medan, Indonesia

Email: ¹riche@mikroskil.ac.id, ^{2*}jepronel@lecturer.uph.edu, ³wenripin@lecturer.uph.edu,

⁴suminar.ariwibowo@mikroskil.ac.id, ⁵segar.napitupulu@mikroskil.ac.id

ABSTRACT

CapCut is a popular video editing application among young people due to its diverse features and ease of use. This application is widely used for creating product promotional videos; however, several limitations affect user experience. Some common issues include video compression when uploaded from a PC, features experiencing bugs, and restrictions on using music outside the application. Therefore, this study aims to analyze the functionality of the CapCut application in supporting promotional video creation using the DeLone and McLean model. Data collection was conducted online using the purposive sampling method, focusing on online business owners in North Sumatra. The total number of eligible respondents analyzed was 156, based on the Slovin formula. The collected data were analyzed using Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that system quality and the level of application usage have a positive and significant impact on user satisfaction. Furthermore, user satisfaction significantly contributes to the net benefits gained from using the application. However, the analysis also reveals that direct application usage does not significantly contribute to net benefits perceived by users. These findings suggest that improving system quality and user experience are key factors in enhancing the benefits of CapCut for users in creating promotional videos.

Keywords: CapCut, DeLone and McLean, SEM-PLS, Functionality, Promotional Video.

ABSTRAK

CapCut merupakan aplikasi pengeditan video yang populer di kalangan anak muda karena keberagaman fitur dan kemudahan penggunaannya. Aplikasi ini banyak digunakan dalam pembuatan video promosi produk, namun masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Beberapa kendala yang sering ditemui antara lain kompresi video saat diunggah dari PC, fitur yang mengalami bug, serta keterbatasan dalam penggunaan musik dari luar aplikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fungsionalitas aplikasi CapCut dalam mendukung pembuatan video promosi menggunakan model DeLone and McLean. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan metode *purposive sampling*, yang berfokus pada pelaku usaha online di Sumatera Utara. Jumlah total responden yang layak untuk dianalisis adalah 156 orang, sesuai dengan metode Slovin. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem dan tingkat penggunaan aplikasi CapCut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna berkontribusi secara signifikan terhadap manfaat bersih yang diperoleh dari penggunaan aplikasi. Namun, hasil analisis juga menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi secara langsung tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap manfaat bersih yang dirasakan pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas sistem dan pengalaman pengguna dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan manfaat aplikasi CapCut bagi pengguna dalam pembuatan video promosi produk.

Kata Kunci: CapCut, DeLone and McLean, SEM-PLS, Fungsionalitas, Video Promosi.

1. Pendahuluan

Dalam era digital, perdagangan *online* mengalami pertumbuhan yang pesat. Pada tahun 2021, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia meningkat sebesar 33,2%, dari Rp253 triliun menjadi Rp337 triliun, menunjukkan peran penting digitalisasi dalam sektor ekonomi [1]. Persaingan yang semakin ketat dalam industri ini menuntut para pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan menarik. Salah satu strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik konsumen adalah promosi berbasis video, yang memungkinkan penyampaian informasi produk secara lebih visual, interaktif, dan menarik [2].

Seiring dengan perkembangan teknologi, berbagai aplikasi pengeditan video hadir untuk mendukung strategi pemasaran digital. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan, terutama oleh pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) serta kalangan muda, adalah CapCut. Aplikasi ini menempati peringkat pertama dalam kategori "*photo & video editor*" di App Store [3], yang menunjukkan popularitasnya dalam pembuatan konten digital. Kemudahan penggunaan, fitur otomatisasi, serta integrasi dengan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadikan CapCut sebagai pilihan utama bagi pelaku bisnis *online* dalam memproduksi konten promosi secara efisien dan menarik.

Namun, meskipun CapCut menawarkan berbagai fitur unggulan, masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi efektivitasnya dalam pembuatan video promosi. Beberapa pengguna melaporkan adanya kompresi video yang diunggah dari PC, bug pada fitur tertentu, serta keterbatasan dalam menambahkan lagu dari luar koleksi aplikasi [4]. Kekurangan ini dapat berdampak pada pengalaman pengguna dan efektivitas video promosi yang dihasilkan. Kurangnya penelitian mendalam mengenai bagaimana fungsionalitas CapCut mendukung strategi pemasaran digital, khususnya dalam konteks pembuatan video promosi produk, menjadi alasan utama dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fungsionalitas aplikasi CapCut dalam mendukung pembuatan video promosi produk menggunakan model DeLone and McLean. Model ini sering digunakan dalam mengukur keberhasilan sistem informasi dengan mempertimbangkan enam dimensi utama: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan sistem, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih [5]. Dibandingkan dengan metode lain seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), metode DeLone and McLean lebih komprehensif karena mempertimbangkan berbagai aspek, mulai dari kualitas sistem hingga dampaknya terhadap pengguna [6].

Metode DeLone and McLean dipilih dalam penelitian ini karena memiliki pendekatan holistik dalam mengevaluasi kesuksesan suatu sistem informasi [7]. Model ini mengukur enam dimensi utama, yaitu kualitas

sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan sistem, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih [8]. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, metode ini mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana suatu aplikasi dapat memberikan nilai tambah bagi penggunaannya, sehingga sangat relevan untuk digunakan dalam analisis fungsionalitas CapCut dalam pembuatan video promosi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan model DeLone and McLean dapat digunakan untuk menganalisis sejauh mana fungsionalitas aplikasi CapCut dalam memberikan kemudahan bagi pengguna dalam pembuatan video promosi produk.

2. Metode Penelitian

2.1 Kerangka Pikir

Penelitian ini dirancang menggunakan model DeLone and McLean untuk mengevaluasi fungsionalitas aplikasi CapCut dalam pembuatan video promosi produk. Model ini terdiri dari enam dimensi utama yang menjadi indikator utama yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna, yaitu:

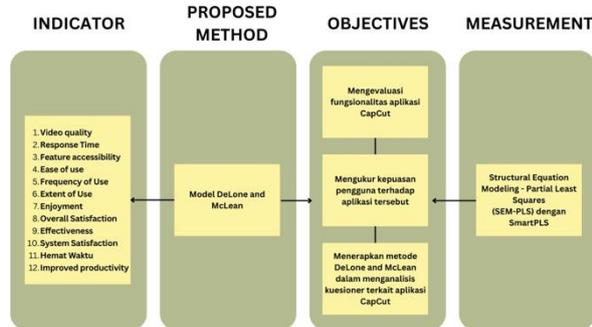
1. Kualitas Sistem: mencakup kemudahan penggunaan, kecepatan sistem, dan aksesibilitas fitur dalam CapCut.
2. Kualitas Informasi: diukur berdasarkan kejelasan hasil editing dan efektivitas fitur dalam menyajikan informasi visual yang menarik.
3. Kepuasan Pengguna: dipengaruhi oleh kemudahan akses, responsivitas aplikasi, serta kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna.
4. Penggunaan Sistem: dilihat dari frekuensi penggunaan aplikasi dan efektivitasnya dalam meningkatkan produktivitas pengguna.
5. Manfaat Bersih: mencerminkan dampak positif yang dirasakan pengguna, seperti peningkatan kualitas video promosi dan kemudahan dalam pemasaran digital.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS. SEM-PLS dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis hubungan kompleks antar variabel, bahkan dengan jumlah sampel yang relatif kecil dan data yang tidak berdistribusi normal [9]. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna.
2. Menilai sejauh mana penggunaan aplikasi berdampak terhadap manfaat yang dirasakan pengguna.
3. Mengidentifikasi hubungan antara kepuasan pengguna dan efektivitas aplikasi dalam meningkatkan strategi pemasaran digital.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana CapCut berkontribusi dalam pembuatan video promosi dan apakah fitur-fiturnya mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam konteks pemasaran *online*.

Berikut adalah representasi visual dari indikator, metode yang digunakan, tujuan penelitian, serta teknik pengukuran yang diterapkan:



Gambar 1. Diagram kerangka pikir

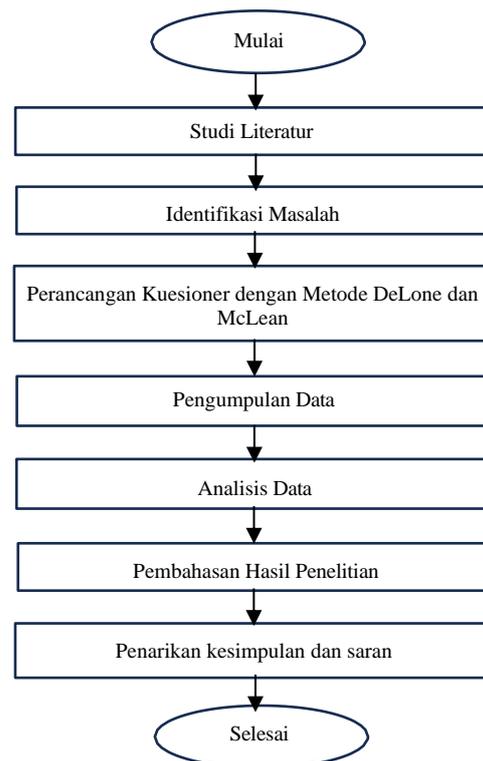
2.2 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini dirancang untuk memastikan analisis yang sistematis dan komprehensif dalam mengevaluasi fungsionalitas aplikasi CapCut berdasarkan model DeLone and McLean. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap utama sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Perumusan Tujuan
 - a. Mengkaji literatur terkait model DeLone and McLean serta aplikasi pengeditan video dalam pemasaran digital.
 - b. Menentukan fokus penelitian, yaitu menganalisis bagaimana CapCut mendukung pembuatan video promosi.
 - c. Merumuskan pertanyaan penelitian serta hipotesis yang akan diuji.
2. Pengembangan Model Konseptual dan Penyusunan Instrumen Penelitian
 - a. Menyesuaikan model DeLone and McLean dengan konteks penggunaan aplikasi CapCut.
 - b. Menentukan variabel penelitian serta indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas sistem, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih.
 - c. Menyusun kuesioner berbasis indikator yang telah ditentukan untuk mengumpulkan data dari responden.
3. Pengumpulan Data
 - a. Data dikumpulkan secara online melalui metode purposive sampling dengan target pengguna CapCut di Sumatera Utara.
 - b. Menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, dengan total responden yang layak dianalisis sebanyak 156 orang.
 - c. Melakukan validasi awal terhadap data yang diperoleh untuk memastikan keakuratan dan kelengkapan respon.

4. Analisis Data
 - a. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS.
 - b. Pengujian dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dalam model DeLone and McLean.
 - c. Mengukur validitas, reliabilitas, serta pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan dan manfaat bersih pengguna.
5. Interpretasi Hasil dan Kesimpulan
 - a. Menginterpretasikan hasil analisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.
 - b. Memberikan rekomendasi terkait peningkatan fitur dan fungsionalitas CapCut dalam mendukung pembuatan video promosi.
 - c. Menyusun laporan penelitian dan implikasi hasil bagi pengembangan aplikasi CapCut dalam pemasaran digital.

Diagram berikut menggambarkan tahapan penelitian secara lebih terstruktur.



Gambar 2. Tahapan penelitian

2.3 Hipotesis

Pada penelitian ini diperoleh suatu usulan hipotesis awal yaitu sebagai berikut:

H1: *System Quality* CapCut berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan aplikasi dalam pembuatan video promosi produk.

H2: *System Quality* aplikasi CapCut memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *User Satisfaction* dalam penggunaan aplikasi untuk membuat video promosi produk.

H3: *Use* aplikasi CapCut memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *User Satisfaction* dalam pembuatan video promosi produk.

H4: *Use* aplikasi CapCut memiliki pengaruh positif signifikan terhadap hasil penggunaan, yang tercermin dalam *Net Benefits* dari pembuatan video promosi produk.

H5: *User Satisfaction* aplikasi CapCut memiliki pengaruh positif signifikan terhadap hasil penggunaan, yang tercermin dalam *Net Benefits* dari pembuatan video promosi produk.

Setelah menentukan variabel, tabel berikut merupakan indikator-indikator yang merepresentasikan setiap variabel dalam model penelitian dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Indikator penelitian

Variabel	Indikator
System Quality (SQ)	<i>Video quality</i>
	<i>Response Time</i>
	<i>Feature accessibility</i>
	<i>Ease of use</i>
	<i>Video quality</i>
Use (U)	<i>Frequency of Use</i>
	<i>Extent of Use</i>
User Satisfaction (US)	<i>Enjoyment</i>
	<i>Overall Satisfaction</i>
	<i>Effectiveness</i>
	<i>System Satisfaction</i>
Net Benefits (NB)	Hemat Waktu
	<i>Improved productivity</i>

Sumber: [10], [11]

Berikut merupakan penjelasan dari setiap variabel beserta indikator yang berada pada Tabel 1:

1) *System Quality* (Kualitas Sistem):

System Quality (Kualitas Sistem) digunakan untuk mengevaluasi kualitas *software* dan *hardware* dalam sistem informasi yang disediakan oleh aplikasi itu sendiri. Kualitas sistem mencerminkan kinerja suatu sistem dan mengacu pada seberapa baik kebijakan, *software*, *hardware*, dan prosedur sistem informasi merespons kebutuhan pengguna [11]. Kualitas sistem yang tinggi akan meningkatkan kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kreativitas dalam menghasilkan video promosi yang berkualitas. Salah satu indikator utama dalam menilai kualitas sistem adalah *video quality*, yaitu kemampuan aplikasi dalam menghasilkan konten visual berkualitas tinggi yang menarik. Selain itu, *response time* juga menjadi aspek penting, di mana kecepatan tanggapan aplikasi mencerminkan efisiensi sistem serta memastikan pengalaman pengguna yang lebih lancar.

Kemudahan akses terhadap fitur-fitur atau *feature accessibility* turut berperan dalam menjamin bahwa pengguna dapat dengan mudah menemukan dan menggunakan alat yang diperlukan dalam proses pembuatan video. Terakhir, *ease of use* menjadi faktor yang mempermudah pengguna dalam mengoperasikan aplikasi, sehingga mempercepat proses produksi video serta mengurangi hambatan dalam penggunaannya.

2) *Use* (Penggunaan):

Penggunaan aplikasi CapCut mencerminkan seberapa intensif pengguna memanfaatkan fitur dan fungsionalitasnya dalam pembuatan video promosi produk. Semakin aktif dan intensif pengguna dalam menggunakan aplikasi, semakin besar pengaruhnya terhadap pengalaman pengguna serta hasil akhir video yang dihasilkan. Salah satu indikator utama dalam menilai tingkat penggunaan aplikasi adalah *frequency of use*, yaitu frekuensi penggunaan yang menunjukkan seberapa sering pengguna memanfaatkan aplikasi. Hal ini dapat mencerminkan tingkat kebergantungan serta kepercayaan pengguna terhadap aplikasi. Selain itu, *extent of use* mengacu pada cakupan penggunaan aplikasi untuk berbagai keperluan, yang menandakan fleksibilitas serta kegunaan aplikasi dalam mendukung proses pembuatan video promosi.

3) *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna)

Kepuasan pengguna merupakan hasil dari interaksi antara kualitas sistem aplikasi CapCut, tingkat penggunaan, serta pengalaman pengguna dalam membuat video promosi produk. Semakin tinggi kepuasan pengguna, semakin besar kemungkinan aplikasi tersebut dianggap efektif dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna dalam pembuatan video promosi. Salah satu faktor utama dalam kepuasan pengguna adalah *enjoyment*, yaitu sejauh mana pengguna merasakan kesenangan selama menggunakan aplikasi. Selain itu, *overall satisfaction* mencerminkan kepuasan secara keseluruhan, yang dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti kualitas sistem, kemudahan penggunaan, dan kegunaan fitur-fitur yang tersedia. Kemudian, *effectiveness* mengacu pada kemampuan aplikasi dalam membantu pengguna mencapai tujuan mereka, seperti pembuatan video promosi produk. Terakhir, *system satisfaction* mencerminkan kepuasan pengguna terhadap performa dan kualitas sistem secara keseluruhan, termasuk kinerja aplikasi serta respons sistem dalam memberikan pengalaman yang optimal.

4) *Net Benefits* (Manfaat Bersih)

Net benefit merupakan manfaat akhir atau hasil bersih yang diperoleh individu maupun organisasi setelah menerapkan sistem informasi [12]. Dalam

konteks penggunaan aplikasi CapCut, net benefit mencerminkan hasil akhir dari interaksi antara kualitas sistem, kepuasan pengguna, dan intensitas penggunaan. Jika pengguna merasakan manfaat yang signifikan, seperti **hemat waktu**, di mana aplikasi membantu mempercepat proses pembuatan video, maka efisiensi dan produktivitas pengguna dapat meningkat. Selain itu, *improved productivity* menggambarkan bagaimana penggunaan aplikasi dapat meningkatkan produktivitas pengguna, baik secara individu maupun dalam konteks bisnis. Manfaat-manfaat ini tidak hanya memperkuat kepuasan pengguna tetapi juga mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi CapCut secara berkelanjutan.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang banyak digunakan [13], di mana responden menjawab sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis. Dalam penelitian ini, data kuantitatif dikumpulkan selama 2 minggu melalui penyebaran kuesioner secara online kepada pengguna aplikasi yang disurvei melalui Line, WhatsApp, dan Instagram.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan secara *online* dengan beberapa narasumber pengguna aplikasi CapCut.

2.4.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha *online* di Provinsi Sumatera Utara, yang berjumlah 74.672 individu [14]. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan matang agar hasil penelitian lebih representatif [15]. Untuk menentukan jumlah sampel yang tepat, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam pendekatan *purposive sampling*.

$$\eta = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan η sebagai jumlah sampel, N sebagai jumlah populasi penelitian, dan e sebagai *sampling error* (tingkat kesalahan sampel) yang berkisar antara 5% hingga 10%, maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 8% (0,08) dapat dihitung sebagai berikut:

$$\eta = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$\eta = \frac{74.672}{1 + 74.672 \times (0.08)^2}$$

$$\eta = \frac{74.672}{1 + 74.672 \times 0.0064}$$

$$\eta = \frac{74.672}{1 + 477.98}$$

$$\eta = \frac{74.672}{478.98}$$

$$\eta = 155,8979 \approx 156 \text{ orang (dibulatkan)}$$

Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Pelaku usaha milenial (1981 – 1996) – gen z (1996-2012). Dimana pelaku UMKM banyak yang masih berusia di bawah 35 tahun [18] dan gen z yang lebih banyak menghabiskan waktu untuk aplikasi pengeditan *video* dan mengakses media sosial.
- 2) Pelaku usaha *online* yang pernah menggunakan CapCut dalam pembuatan video produknya.
- 3) Pelaku usaha yang berdomisili di Sumatera Utara.

2.5 Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. SEM-PLS merupakan salah satu pendekatan dalam analisis SEM yang memungkinkan peneliti untuk mengembangkan model konseptual serta menggambarkan hubungan antar variabel. Selain itu, metode ini juga memungkinkan pengujian hipotesis secara langsung terkait keterkaitan antar variabel dalam model penelitian [19]. Berikut adalah langkah-langkah dalam menganalisis data menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS [20].

- 1) Menguji validitas dan reliabilitas data hasil kuesioner

Tahap ini memastikan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam pembentukan model struktural valid dan dapat diandalkan. Hasil kuesioner nantinya akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yang dimana uji validitas dapat dikatakan valid jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* di atas 0,6. Rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut [21] :

$$r = \frac{N \cdot \sum \chi\gamma - (\sum \chi)(\sum \gamma)}{\sqrt{\{N \cdot \sum \chi^2 - (\sum \chi)^2\} \{N \cdot \sum \gamma^2 - (\sum \gamma)^2\}}}$$

Dengan r merupakan koefisien korelasi antara skor butir dan skor total, N merupakan jumlah subyek penelitian, $\sum x$ merupakan Jumlah skor butir, $\sum y$ merupakan jumlah skor total, $\sum xy$ merupakan jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total, $\sum x^2$ merupakan jumlah kuadrat skor butir, $\sum y^2$ merupakan jumlah kuadrat skor total

Pengujian reliabilitas dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria nilai *Composite Reliability* > 0,708 [22]. Berikut merupakan rumus *alpha* untuk menghitung reabilitas :

$$r_{11} = \frac{\kappa}{\kappa - 1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum Si}{St} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

St = Varians total

k = Jumlah item

2) Menguji *Goodness of Fit* model

Goodness of Fit (GoF) adalah indeks yang diperkenalkan oleh Tenenhaus, dikenal sebagai *GoF index*, yang berfungsi sebagai evaluasi hipotesis dalam model *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) [15]. Indeks ini digunakan untuk menilai sejauh mana model secara keseluruhan dapat diterima sebagai validasi dalam SEM-PLS. GoF digunakan untuk mengevaluasi kualitas pengukuran serta model struktural, sekaligus memprediksi keseluruhan model berdasarkan metode perhitungan yang sederhana. Nilai indeks GoF dapat diperoleh dengan menghitung akar kuadrat rata-rata nilai *R-square* [14].

3) Membentuk model struktural

Setelah validitas dan reliabilitas variabel dikonfirmasi, langkah selanjutnya adalah membangun model struktural. Model ini direpresentasikan dalam bentuk *path diagram*, yang menggambarkan hubungan kausal antar variabel. Selanjutnya, parameter model, seperti koefisien jalur, akan dihitung untuk menentukan kekuatan serta arah hubungan antar variabel [13].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil pengumpulan data

Total data yang diperoleh dari hasil kuesioner dalam penelitian ini berjumlah 157 responden yang berdomisili di Sumatera Utara. Jumlah ini telah melebihi batas minimum yang ditentukan berdasarkan perhitungan rumus Slovin, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Karakteristik responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan beberapa aspek, yaitu:

1. Kelompok Usia:

- Di bawah 20 tahun: 29 responden (18,5%)
- 20–30 tahun: 126 responden (80,3%)
- 31–40 tahun: 2 responden (1,2%)

Mayoritas responden berasal dari kelompok usia 20–30 tahun, yang umumnya merupakan pengguna aktif media sosial dan aplikasi pengeditan video untuk kebutuhan pemasaran digital.

2. Jenis Kelamin:

- Laki-laki: 78 responden (49,7%)
- Perempuan: 79 responden (50,3%)

Distribusi responden hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan, menunjukkan bahwa penggunaan CapCut dalam pembuatan video promosi tidak terbatas pada satu gender tertentu.

3. Pengalaman Menggunakan CapCut:

- Kurang dari 6 bulan: 34 responden (21,7%)
- 6 bulan – 1 tahun: 58 responden (36,9%)
- Lebih dari 1 tahun: 65 responden (41,4%)

Sebagian besar responden memiliki pengalaman menggunakan CapCut lebih dari 6 bulan, yang menunjukkan bahwa mereka cukup familiar dengan fitur dan fungsionalitas aplikasi ini.

4. Frekuensi Penggunaan CapCut:

- Harian: 45 responden (28,7%)
- Mingguan: 83 responden (52,9%)
- Bulanan atau lebih jarang: 29 responden (18,5%)

Mayoritas responden menggunakan CapCut secara mingguan, menandakan bahwa aplikasi ini cukup sering digunakan untuk pembuatan konten video.

5. Tujuan Penggunaan CapCut:

- Konten pribadi (hobi/dokumentasi): 47 responden (29,9%)
- Pembuatan video promosi produk/jasa: 92 responden (58,6%)
- Kebutuhan akademik/profesional lainnya: 18 responden (11,5%)

Mayoritas responden menggunakan CapCut untuk pembuatan video promosi produk/jasa, yang sesuai dengan fokus penelitian ini dalam mengevaluasi fungsionalitas aplikasi dalam konteks pemasaran digital.

Dengan melihat karakteristik responden secara lebih mendalam, penelitian ini dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana pengguna dari berbagai latar belakang memanfaatkan aplikasi CapCut dalam aktivitas mereka.

3.2 Hasil analisis data

Setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner maka akan dilakukan pengujian validitas dan reabilitas data kuesioner untuk mengetahui valid atau tidaknya variabel dalam pembentukan model struktural.

1) Uji validitas dan uji reliabilitas

Berikut merupakan nilai *outer loadings* dari masing-masing indikator

Tabel 2. Outer Loadings

	NB	SQ	U	US
NB1	0.898			
NB2	0.875			
NB3	0.873			
SQ2		0.740		
SQ3		0.827		
SQ4		0.856		
SQ5		0.647		
SQ6		0.727		
SQ7		0.671		
U1			0.780	
U2			0.910	
U3			0.832	
U4			0.815	
US1				0.880
US2				0.895
US3				0.886
US4				0.846
US5				0.784
US6				0.830
SQ1		0.833		

Tabel di atas merupakan hasil *outer loadings* antara korelasi dengan indikator. Dapat dilihat bahwa SQ5 dan SQ7 memiliki nilai *loading* di bawah 0.7 dimana hal tersebut diartikan bahwa indikator tidak bekerja pada pengukurannya. Namun nilai tersebut masih dapat diterima karena tidak terlalu rendah hingga di bawah 0,4 [21].

Selanjutnya hasil nilai AVE, CR dan Cronbach's Alpha dari data-data yang dihasilkan dalam kuesioner dengan alat bantu SmartPLS adalah sebagai berikut:

Tabel 3. hasil *cronbach's alpha, composite reliability* dan AVE

	Cronbach's alpha	Composite reliability	Average variance extracted (AVE)
NB	0.857	0.857	0.778
SQ	0.884	0.877	0.579
U	0.863	0.855	0.698
U S	0.927	0.925	0.730

Kesimpulan yang diperoleh dari tabel diatas yaitu setiap indikator valid dalam membentuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini karena memiliki nilai AVE <0,5 dan dapat dikatakan bahwa seluruh indikator reliabel dalam membentuk variabel karena memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* <0,6 dan *Composite Reliability* < 0,708.

2) Pengujian GoF

Pada pengujian ini digunakan dua indikator utama, yaitu koefisien determinasi dan uji kecocokan model. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur sejauh mana variabel independen berkontribusi dalam menjelaskan hubungan dengan variabel dependen. Penentuan koefisien determinasi dilakukan dengan menguji statistik *R-Squared* untuk setiap variabel dalam model.

Menurut Hair et al., nilai *R-Squared* sebesar 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 dianggap moderat, dan 0,25 termasuk dalam kategori lemah [22]. Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai statistik *R-Squared* untuk masing-masing variabel:

Tabel 4. *R-Square* setiap variabel

	R-square	R-square adjusted	
NB	0.500	0.493	NB
U	0.459	0.455	U
US	0.756	0.752	US

Dalam tabel di atas terdapat nilai *R-Square* pada variabel NB, U dan US sebesar 0.500, 0.459 dan 0.756. Angka tersebut menggambarkan bahwa NB dan U memiliki kontribusi moderate dan US memiliki kontribusi kuat.

Selanjutnya menguji kesesuaian model lainnya, untuk mendapatkan model yang sesuai, indikator harus memenuhi suatu nilai yakni SRMS < 0.08; NFI > 0.90. Berikut merupakan tabel model fit:

Tabel 5. Model Fit

	Saturated model	Estimated model	
SRMR	0.066	0.071	SRMR
d_ULS	0.912	1.066	d_ULS
d_G	0.567	0.585	d_G
Chi-square	485.823	497.082	Chi-square
NFI	0.803	0.799	NFI

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai SRMS 0.066 yakni >0.08 serta nilai NFI 0.803 dan >0.90. Maka dapat dikatakan bahwa model bagus dalam menggambarkan hubungan antar variabel karena model yang terbentuk sudah memenuhi kriteria kesesuaian.

3) Pembentukan model struktural

Hubungan dalam pembentukan model SEM terbagi menjadi dua yakni hubungan langsung (*direct effect*) dan hubungan tidak langsung (*indirect effect*). Hubungan antar variabel dikatakan signifikan jika *p-value T-Statistic* berada di bawah taraf signifikansi 5%.

Tabel 6. *Path Coefficient*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	Tstatistics ((O/STDEV V))	P values
SQ -> U	0.677	0.681	0.040	16.949	0.000
SQ -> US	0.447	0.453	0.062	7.251	0.000
U -> NB	-0.065	-0.066	0.104	0.628	0.530
U -> US	0.502	0.496	0.059	8.566	0.000
US -> NB	0.758	0.760	0.101	7.536	0.000

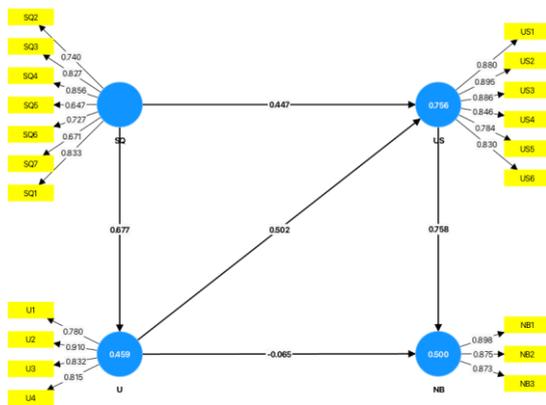
Dari tabel diatas terlihat bahwa hampir seluruh variabel memiliki nilai *p-value* di bawah signifikansi 0,05 sehingga signifikan kecuali U -> NB memiliki nilai *p-value* melebihi 0.05 sehingga hubungan tidak signifikan.

Tabel 7. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
SQ->U ->US-> NB	0.258	0.257	0.050	5.189	0.000
SQ-> U->US	0.340	0.338	0.042	8.025	0.000
SQ-> US-> NB	0.339	0.344	0.064	5.298	0.000
SQ -> U -> NB	-0.044	-0.044	0.071	0.625	0.532
U -> US -> NB	0.380	0.378	0.071	5.339	0.000

Dapat dilihat pada tabel di atas diperoleh bahwa SQ -> U -> NB memiliki p-value lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga tidak signifikan. Sedangkan SQ -> U -> US -> NB, SQ -> U -> US, SQ -> US -> NB, U -> US -> NB memiliki p-value kurang dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga signifikan.

Berikut merupakan gambar dari *path diagram* yang mengilustrasikan hubungan kausal antar variabel dan koefisien jalur yang menggambarkan kekuatan hubungan antar variabel.



Gambar 2. Path diagram

3.3 Pembahasan hasil penelitian

Dilihat dari dari *outer loadings*, AVE, CR dan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa *System Quality* memiliki validitas dan reliabilitas yang baik, dapat disimpulkan bahwa kualitas fungsionalitas aplikasi CapCut dalam memudahkan pembuatan video tinggi.

Berdasarkan data *path coefficients* dan *specific indirect effect*, *System Quality* ke *User Satisfaction* (SQ -> US) dan dari *Use* ke *User Satisfaction* (U -> US) signifikan, ini menunjukkan bahwa kualitas sistem dan penggunaan aplikasi memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Lalu *User Satisfaction* ke *Net Benefits* (US -> NB) signifikan, ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berkontribusi terhadap manfaat bersih dari penggunaan aplikasi. *Use* ke *Net Benefits* (U -> NB) tidak signifikan ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi tidak berkontribusi terhadap manfaat bersih dari penggunaan aplikasi.

4. Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan:

- 1) Aplikasi CapCut memiliki kualitas sistem yang baik, yang berdampak positif terhadap tingkat penggunaan dan kepuasan pengguna. Namun, penggunaan aplikasi secara langsung tidak secara signifikan meningkatkan manfaat yang dirasakan.
- 2) Penggunaan aplikasi CapCut berkontribusi pada peningkatan kepuasan pengguna, dan kepuasan tersebut secara signifikan memengaruhi manfaat yang diperoleh dari aplikasi.
- 3) Model DeLone and McLean terbukti dapat diterapkan dalam menganalisis fungsionalitas aplikasi CapCut. Model ini menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kepuasan pengguna merupakan faktor utama yang memengaruhi manfaat yang dirasakan dalam penggunaan CapCut untuk pembuatan video promosi produk.

SUMBER RUJUKAN

Referensi

- [1] Abdan Sifa, Isti Masruroh, Muhamad Abdan Zulfa, Sirfi Nur Fitriani, and Naerul Edwin Kiky Aprianto, "Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar di Indonesia," *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, vol. 2, no. 12, pp. 405–413, Dec. 2024, doi: 10.61722/jiem.v2i12.3239.
- [2] N. Ain, D. N. Safitri, and J. Hendra, "Pemasaran Digital dan E-Commerce di Era Globalisasi: Tren, Inovasi, dan Dampaknya pada Bisnis Global," *Journal of Education Transportation and Business*, vol. 1, no. 2, pp. 753–763, Nov. 2024, doi: 10.57235/jetbus.v1i2.4380.
- [3] E. Sutisna, F. Angellia, I. Pranawukir, and E. Efendi, "Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi CapCut terhadap Keterlibatan dan Kesetiaan Pelanggan," *Journal of Computer Science and Information Technology*, vol. 1, no. 1, pp. 27–34, Dec. 2023, doi: 10.59407/jcsit.v1i1.333.
- [4] S. Mentari, "Banyak Digunakan Konten Kreator, Ini Kekurangan Aplikasi CapCut yang Perlu Diketahui," Pantau Lampung: News and Education. Accessed: Mar. 25, 2025. [Online]. Available: <https://pantaulampung.com/2024/06/27/banyak-digunakan-konten-kreator-ini-kekurangan-aplikasi-capcut-yang-perlu-diketahui/>
- [5] M. Ernawati, E. H. Hermaliani, and D. N. Sulistyowati, "Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile," *Jurnal IKRA-ITH INFORMATIKA*, vol. 5, no. 1, pp. 58–67, Mar. 2021.
- [6] S. Maghfiroh and I. K. D. Nuryana, "Penerapan Metode TAM dan DeLone And McLean IS Succes untuk Mengevaluasi Keberhasilan Aplikasi Lazada," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, vol. 3, no. 3, p. 24, Jun. 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/46680>

- [7] T. Puspitasari, A. Kusumawati, and S. Sujarwoto, "Aplikasi Model DeLone and McLean untuk Mengukur Keberhasilan Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat di Universitas Brawijaya," *JURNAL SISTEM INFORMASI BISNIS*, vol. 10, no. 1, pp. 94–104, Jun. 2020, doi: 10.21456/vol10iss1pp94-104.
- [8] L. S. Wara, L. Kalangi, and H. Gamaliel, "Penguji Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone dan McLean pada Sistem Aplikasi Pemeriksaan (SIAP) di Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Sulawesi Utara," *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "Goodwill"*, vol. 12, no. 1, pp. 1–15, Jan. 2021.
- [9] P. Guenther, M. Guenther, C. M. Ringle, G. Zaefarian, and S. Cartwright, "Improving PLS-SEM use for business marketing research," *Industrial Marketing Management*, vol. 111, pp. 127–142, May 2023, doi: 10.1016/J.INDMARMAN.2023.03.010.
- [10] M. Ernawati, E. Heni Hermaliani, and D. Nur Sulistyowati, "Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile," *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, vol. 5, no. 1, 2021.
- [11] P. H. Saputro, A. Djoko Budiyanto, and A. J. Santoso, "Model Delone and Mclean untuk Mengukur Kesuksesan E-government Kota Pekalongan," *Scientific Journal of Informatics*, vol. 2, no. 1, 2015, [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji>
- [12] Erwin and A. Wijaya, "Penggunaan Model DeLone Dan McLean Dalam Mengukur Kesuksesan Aplikasi Go-Jek Di Palembang," *JuSiTik: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi*, vol. 3, no. 1, pp. 9–17, Jun. 2019.
- [13] A. R. Salsabila, A. K. Febriany, H. C. Danahiswari, M. Daffa, and M. K. H. Maulana, "Analisis Kesuksesan Delone McLean ISSM pada Aplikasi Spotify Menggunakan SEM-PLS," in *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Sep. 2022, pp. 31–39. doi: 10.33005/sitasi.v2i1.263.
- [14] S. Sudaryono, P. A. Sunarya, and M. T. Dayanti, "Model Pengukuran Soft Competencies Era Industri 4.0 Pendekatan PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling)," *ICIT Journal*, vol. 10, no. 1, pp. 113–127, Feb. 2024, doi: 10.33050/icit.v10i1.3058.
- [15] U. Maryam, W. Somayasa, Ruslan, L. Gubu, and Jufra, "Estimasi Parameter dan Uji Goodness of Fit untuk Data Biner Berpasangan," *Jurnal Matematika, Komputasi dan Statistika*, vol. 2, no. 1, p. 1, Apr. 2022.
- [16] N. Shinta Dewi, "Xendit Index: Entrepreneur Muda Meningkat, 61% Pelaku UMKM di Bawah 35 Tahun." Accessed: Mar. 19, 2024. [Online]. Available: <https://www.digination.id/read/018194/xendit-index-entrepreneur-muda-meningkat-61-pelaku-umkm-di-bawah-35-tahun>
- [17] Z. Putlely, Y. A. Lesnussa, A. Z. Wattimena, and M. Y. Matdoan, "Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon," *Indonesian Journal of Applied Statistics*, vol. 4, no. 1, p. 1, May 2021, doi: 10.13057/ijas.v4i1.45784.
- [18] L. Khotimah Harahap, "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)," 2020.
- [19] Ragam Info, "Rumus Uji Validitas dan Pengertiannya | kumparan.com." Accessed: May 16, 2024. [Online]. Available: <https://kumparan.com/ragam-info/rumus-uji-validitas-dan-pengertiannya-21mpIOasxwi/3>
- [20] A. Rahma Salsabila, A. Kinanti Febriany, H. Cantya Danahiswari, M. Daffa, and M. Kandias Happy Maulana, "ANALISIS KESUKSESAN DELONE MCLEAN ISSM PADA APLIKASI SPOTIFY MENGGUNAKAN SEM-PLS," 2022. [Online]. Available: <http://sitasi.upnjatim.ac.id/31>
- [21] A. Vatesia and T. Pasaribu, "Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) dengan Metode Delone dan Mclean Success Model dan Technology Acceptance Model (TAM)," *J. Sistem Info. Bisnis*, vol. 13, no. 1, pp. 70–77, Aug. 2023, doi: 10.21456/vol13iss1pp70-77.
- [22] Binus, "MEMAHAMI R SQUARE (KOEFSIEN DETERMINASI) DALAM PENELITIAN ILMIAH – Accounting." Accessed: May 16, 2024. [Online]. Available: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>