

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PENGGUNA PADA SHOPEE LIVE MENGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)

Keanu Jaler Pangestu ¹⁾, Nur Fitrianti Fahrudin ^{2)*}

^{1,2)}Institut Teknologi Nasional Bandung

*Corresponding author: nurfitrianti@itenas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna *Shopee Live* dengan menggunakan pendekatan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini mengajukan tujuh hipotesis yang diuji menggunakan data dari 184 responden, yang diperoleh melalui distribusi kuesioner di wilayah Bandung Raya. Analisis data dilakukan dengan perangkat lunak *Smart-PLS*, yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen dan kepuasan pengguna (*User Satisfaction*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji, yaitu *Content*, *Format*, *Accuracy*, *Ease*, *Timeliness*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Shopee Live*.

Kata kunci: *Analisis, EUCS, TAM, User Satisfaction, SmartPLS*

1. PENDAHULUAN

Teknologi digital telah mengubah cara manusia berbelanja, termasuk melalui aplikasi e-commerce seperti *Shopee* (Gardenia Ameniar et al., 2022). *Shopee Live* hadir sebagai inovasi untuk meningkatkan pengalaman belanja interaktif, seperti dalam kampanye *Shopee Live & Video Mega Sale 2024* (Maris, 2024). Namun, berbagai keluhan pengguna mengenai kinerja aplikasi yang lambat, kompleksitas penggunaan, dan seringnya error masih menjadi tantangan (Khotimah et al., 2019), oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna *Shopee Live* serta menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna. Penelitian sebelumnya telah menggunakan berbagai metode evaluasi kepuasan pengguna, seperti Kano, PIECES, *System Usability Scale* (SUS), dan *Customer Satisfaction* (CSAT). Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). TAM menjelaskan bagaimana pengguna memahami penggunaan teknologi informasi (Sholihah & Dwi, 2022), sedangkan EUCS mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem informasi berdasarkan lima dimensi: *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease*, dan *Timeliness* (Tjong et al., 2018). Beberapa penelitian sebelumnya mendukung relevansi kedua model ini. Pada penelitian (Bayu Suryawan & Prihandoko, 2017) menemukan bahwa kelima variabel EUCS berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dengan nilai t-hitung di atas 1,96. (Olivia & Kezia Marchyta, 2022) juga menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam aplikasi digital. Penelitian ini sejalan dengan temuan bahwa kepuasan pengguna merupakan faktor penting dalam menilai kualitas sistem

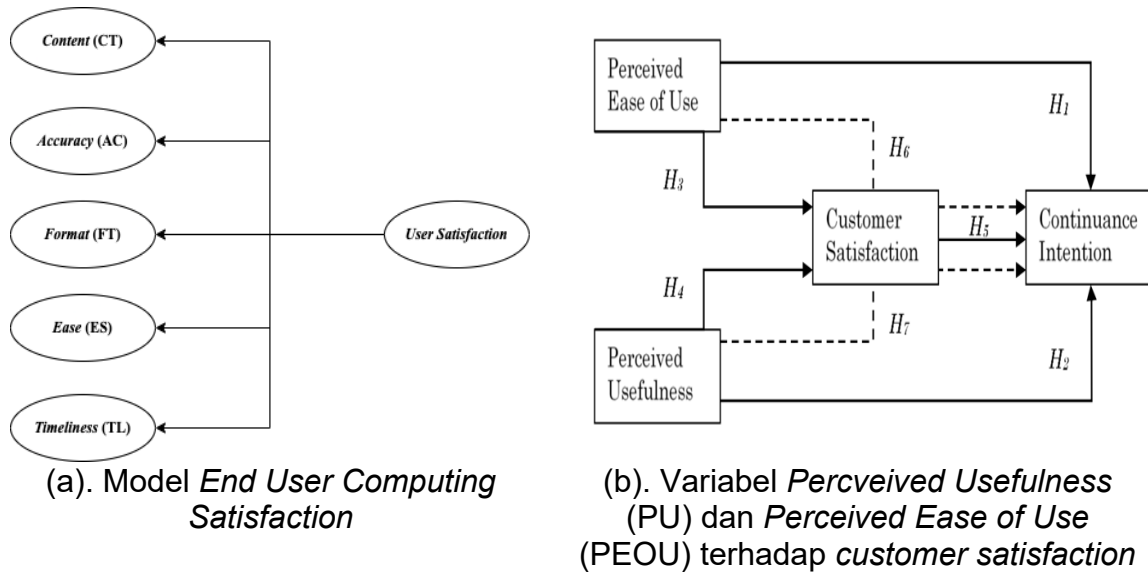
teknologi (Aminah & Utamajaya, 2023). Berdasarkan penjabaran sebelumnya maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease*, dan *Timeliness* terhadap *User Satisfaction*, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengembang *Shopee Live* dalam meningkatkan kualitas layanan *Shopee Live*.

2. METODE

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai alur daripada penelitian ini, Langkah pertama yang dilakukan pada bab ini yaitu peneliti melakukan perancangan model penelitian berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, Langkah selanjutnya peneliti melakukan perumusan hipotesis setelah mengusulkan model penelitian, lalu peneliti menentukan metode pengumpulan data untuk merancang instrument kuesioner.

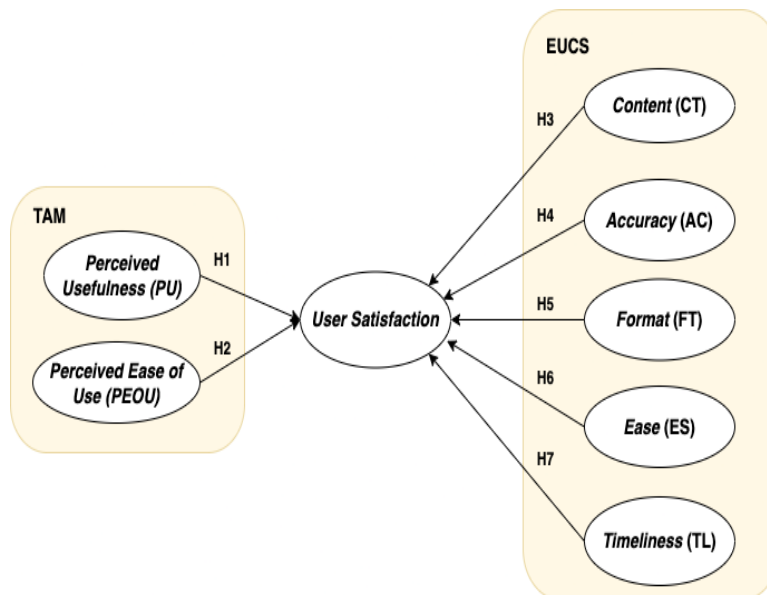
2.1 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model teori EUCS yang dikembangkan oleh Doll & Torkzadeh, model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) melakukan evaluasi keseluruhan terhadap penggunaan sistem informasi berdasarkan pengalaman pengguna ketika menggunakan sistem informasi tersebut (Ramadhan et al., 2021), pengukuran pengalaman pengguna pada aplikasi *Shopee* dibutuhkan agar dapat melihat kekurangan dari aplikasinya, sehingga dapat terus mengembangkan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna (H. Setiawan & Novita, 2021). Selain menggunakan model EUCS, peneliti juga menggunakan model teori Technology Acceptance Model (TAM) yaitu menggunakan variabel dependant *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Hal tersebut yang mendasari peneliti dengan mengadopsi variabel tersebut karena kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap sebuah teknologi memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pengguna. Dan hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user satisfaction* (Wilson et al., 2021). Oleh karena itu hal tersebut yang melandasi peneliti untuk menghubungkan variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai variabel dependent yang mempengaruhi variabel *user satisfaction* sebagai variabel independent. Pada penelitian (Olivia & Kezia, 2022) mengemukakan dalam penelitiannya yang menganalisis pengaruh variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang menghubungkan dengan variabel *customer satisfaction*, pada penelitian tersebut menyatakan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara langsung memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Pengguna yang percaya bahwa aplikasi dapat mudah digunakan biasanya akan memiliki kepuasan lebih dalam menggunakan aplikasi tersebut, dibandingkan dengan pengguna yang tidak percaya bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan (Olivia & Kezia Marchyta, 2022). Dan pengguna yang percaya akan mendapatkan manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut, seperti mudah digunakan dan nyaman digunakan cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi (Olivia & Kezia Marchyta, 2022).



Gambar 1. Model teori TAM dan pengaruh variabel PU dan PEOU.

Dari hasil literatur dari penelitian sebelumnya, maka peneliti memfokuskan penelitian ini menggunakan variabel *Content (CT)*, *Accuracy (AC)*, *Format (FT)*, *Ease (ES)*, *Timeliness (TL)*, serta dua variabel tambahan dari model teori TAM yaitu *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*. Dan satu variabel terikat yaitu *User Satisfaction*. Model usulan penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Penelitian Usulan

Sesuai dengan model penelitian usulan pada gambar 3, maka peneliti dapat mengusulkan 7 hipotesis yang digunakan pada penelitian ini, adapun sebagai berikut:

a. **H1:** Variabel *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.

- b. **H2:** Variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.
- c. **H3:** Variabel *Content* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.
- d. **H4:** Variabel *Accuracy* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.
- e. **H5:** Variabel *Format* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.
- f. **H6:** Variabel *Ease* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.
- g. **H7:** Variabel *Timeliness* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.

2.2 Pengumpulan Data

Setelah merumuskan hipotesis maka langkah selanjutnya peneliti melakukan perancangan terhadap instrumen kuesioner, Adapun jenis penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Penelitian dilakukan dengan observasi aplikasi Shopee pada fitur livestream-nya yang disebut dengan Shopee Live, dengan melakukan observasi maka fokus penelitian dengan mencari tahu faktor pada keterhubungan setiap variabel dalam metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End User Computing Satisfaction (EUCS) dengan mengukur tingkat kepuasan pengguna Shopee Live. Pada penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, karena jumlah populasi pengguna Shopee Live di Kota Bandung tidak diketahui (M. H. Setiawan et al., 2022). Berikut adalah rumus *Lemeshow* :

$$n = z^2 p (1-p) / d^2 \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sample yang dibutuhkan dalam penelitian

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal Estimasi = 50% (0,5)

d = alpha (0,10) atau sampling error 10%

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel dengan *sampling error* 0,10 (10%), maka jumlah sample (*n*) yang diperoleh adalah 96,64 atau dibulatkan pada penelitian ini menjadi 100. Sehingga penelitian ini harus memperoleh jumlah minimal sample minimal 100 responden pengguna aplikasi Shopee di Kota Bandung. Hal ini didukung oleh pernyataan dari penelitian sebelumnya yang mengemukakan bahwa jumlah sampel yang layak digunakan dalam penelitian antara 30 sampai 500 sampel (Zakariyya Yahya & Sukandi, 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisikan mengenai demografis daripada penelitian yang dilakukan dan penjelasan mengenai pengujian yang telah dilakukan. Pengujian pada penelitian ini memiliki dua tahapan utama, diantaranya pengujian pengukuran model (*outer model*) dan pengujian model struktural (*inner model*). Pengujian pengukuran model (*outer model*) merupakan tahapan pengukuran model (*measurement model*) yaitu *Internal Consistency Reliability* dan Diskriminan Validitas. Sedangkan pengujian model struktural (*inner model*) dapat dilakukan dengan melihat model struktural yang terdiri dari hubungan setiap hipotesis diantara konstruk laten dalam penelitian. Evaluasi model ini yaitu *T-Test* dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* dan *Effect Size* (f^2).

3.1 Demografis Responden

Setelah membuat perancangan instrumen model penelitian, perancangan instrument kuesioner, perumusan hipotesis, dan menentukan metode pengumpulan data. Maka langkah selanjutnya peneliti akan mendistribusikan angket kuesioner.

Penyebaran dilakukan di wilayah Bandung Raya, dari hasil responden yang diperoleh mencapai 184 responden dan sudah sesuai dengan syarat minimum responden pada penelitian ini.

3.2 Uji Internal Consistency Reliability

Pengujian dengan *Internal Consistency Reliability* merupakan tahapan daripada pengujian pengukuran model (*outer model*), pengujian ini untuk melihat nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha*. Pada dasarnya nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* memiliki nilai antara 0 hingga 1, dimana nilai tertinggi menandakan nilai tingkatan reliabilitas yang tinggi (Hamid et al., 2017). Nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* yang memiliki nilai diantara 0,60 hingga 0,70 menandakan masih dapat diterima, namun pada umumnya nilainya harus diatas 0,70 (Hamid et al., 2017).

Tabel 1. Nilai CA dan CR

Variabel	CA	CR	AVE
AC	0,900	0,905	0,625
CT	0,931	0,938	0,709
ES	0,916	0,918	0,665
FT	0,912	0,917	0,587
PEOU	0,847	0,851	0,686
PU	0,857	0,868	0,699
TL	0,938	0,940	0,727
US	0,871	0,875	0,662

Pada tabel 2 diperoleh nilai *Composite Reliability* (ρ_a) dan *Cronbach's Alpha*. Diketahui pada semua variabel memiliki nilai *Composite Reliability* (ρ_a) dan *Cronbach's Alpha* diatas 0,70. Dengan demikian konstruk pada penelitian ini memiliki nilai internal konsistensi reliabilitas yang memenuhi syarat.

3.3 Uji Diskriminan Validitas

Pengujian diskriminan validitas akan dilakukan menggunakan metode Heterotrait-monotrait (HTMT), HTMT (*Heterotrait-Monotrait ratio*) adalah salah satu metode pengujian konsistensi konvergen dan diskriminan pada analisis jalur berbasis *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji sejauh mana suatu konstruk berbeda dengan konstruk lainnya (Naftali, 2024). Pengujian HTMT dilakukan dengan menghitung rasio antara korelasi antarkonstruk (heterotrait) dan korelasi dalam konstruk yang sama (monotrait) yang diestimasikan dari model PLS, jika nilai HTMT antara dua konstruk kurang dari 0,9 maka konstruk tersebut dianggap memiliki konsistensi konvergen yang baik dan dapat dibedakan dengan konstruk lainnya (Naftali, 2024).

Tabel 2. Nilai HTMT

	AC	CT	ES	FT	PEOU	PU	TL	US
AC								
CT	0,490							
ES	0,592	0,554						
FT	0,501	0,477	0,517					
PEOU	0,500	0,542	0,417	0,489				
PU	0,456	0,391	0,363	0,401	0,555			

TL	0,532	0,529	0,498	0,470	0,520	0,564		
US	0,765	0,769	0,720	0,717	0,704	0,693	0,786	

Berdasarkan nilai HTMT pada Gambar 3 dapat disimpulkan pada semua variabel menunjukkan konstruk yang tidak saling mengukur satu sama lain, dengan nilai HTMT pada setiap variabel tidak memiliki nilai melebihi nilai ambang batas nilai HTMT.

3.4 Uji Effect Size (f^2)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat nilai Effect Size (f^2), pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besar efek yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y. Perhitungan uji Effect Size (f^2) dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pehitungan *Effect Size*

Hubungan Variabel	<i>f-square</i>	Keterangan
AC → US	0,130	Kecil
CT → US	0,196	Moderat
ES → US	0,062	Kecil
FT → US	0,122	Kecil
PEOU → US	0,027	Kecil
PU → US	0,109	Kecil
TL → US	0,161	Moderat

Pada perhitungan effect size dapat disimpulkan terdapat dua jalur hipotesis pada penelitian ini yang memiliki nilai dengan pengaruh moderat terhadap struktur model penelitian yaitu CT → US dan TL → US. Sedangkan lima jalur lainnya memiliki nilai dengan pengaruh kecil terhadap struktur model penelitian.

3.5 Pengujian Hipotesis

Pada tabel 4 merupakan hasil pengujian koefisiensi jalur, dan dapat dilihat nilai original sample (O) menunjukkan koefisien jalur dari hubungan variabel. Semua variabel independen (X) pada model penelitian menunjukkan hubungan positif yang dapat dilihat pada table 5. Untuk mengetahui tingkat signifikasi, dapat dilihat pada nilai *P values*. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikasi sebesar 5%, apabila nilai *P values* kurang dari < 5% (0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan. Berdasarkan nilai diatas, semua variabel memiliki hubungan yang signifikan terhadap *User Satisfaction (US)* karena memiliki nilai *P values* kurang dari < 5% (0,05). Adapun pengujian hipotesis dapat dilihat berdasarkan nilai *T – Statistics* dengan *t-table*. Apabila *T – Statistics* > *T-table*, maka hipotesis diterima. Pada penelitian ini menggunakan *T-table* sebesar 1,96.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis

Jalur Hipotesis	Original Sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
AC → US	0,197	3,917	0,000	Diterima
CT → US	0,241	4,210	0,000	Diterima
ES → US	0,136	2,117	0,017	Diterima
FT → US	0,181	3,763	0,000	Diterima

PEOU → US	0,088	2,108	0,018	Diterima
PU → US	0,171	3,955	0,000	Diterima
TL → US	0,225	4,201	0,000	Diterima

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 4, semua hipotesis yang diusulkan oleh peneliti dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Shopee Live. Temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor pada integrasi antara model TAM dan EUCS memiliki pengaruh positif terhadap pengukuran kepuasan pengguna.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengadopsi model End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengevaluasi pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur Shopee Live. Model EUCS digunakan untuk menilai kepuasan pengguna terhadap sistem informasi berdasarkan pengalaman mereka, sehingga dapat mengidentifikasi kekurangan aplikasi dan mendukung pengembangannya sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, model TAM diterapkan dengan variabel Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU) yang berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pengguna terhadap teknologi. Pengguna yang merasa aplikasi mudah digunakan cenderung lebih puas dibandingkan mereka yang mengalami kesulitan, begitu pula jika mereka merasakan manfaat langsung dari aplikasi, kepuasan mereka akan meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini menghubungkan PU dan PEOU sebagai faktor persepsi yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PU dan PEOU memiliki pengaruh positif terhadap User Satisfaction (US), yang dibuktikan melalui pengujian jalur hipotesis atau Path Coefficient. Pada tabel 5, hasil t-statistics untuk PU → US adalah 3,955, yang melampaui ambang batas nilai t-statistics sebesar 1,96, adapun nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai ambang batasnya 0,05 sehingga hipotesis PU → US diterima. Sementara itu, jalur hipotesis PEOU → US memiliki nilai t-statistics sebesar 2,108, yang juga melebihi ambang batas 1,96, dengan nilai p-value sebesar 0,018 yang berada di bawah 0,05 sehingga hipotesis PEOU → US diterima. Temuan ini mengonfirmasi bahwa baik perceived usefulness maupun perceived ease of use berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna Shopee Live. Adapun kelima dari variabel EUCS yang diantaranya *content*, *accuracy*, *format*, *ease*, dan *timeliness* berpengaruh positif terhadap *user satisfaction*, hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel 4 dimana nilai t-statistic dari kelima variabel tersebut melebihi nilai minimal dari t-statistic yaitu 1,96 dan nilai p-value yang kurang dari 0,05, maka kelima hipotesis kelima variabel EUCS diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Aminah, S., & Utamajaya, J. N. (2023). KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Pengukuran Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Media Online*, 3(4), 347–354. <https://djournals.com/klik>

- Gardenia Ameniar, N., Prastawa, H., & Rosyada, Z. F. (2022). *Evaluasi User Experience Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (Ueq) Dan Penerapan Kansei Engineering Pada Aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia*.
- Hidayah, N. A., & Hilmi, H. (2020). *Integration of Measurement Model in Information System User Acceptance*.
- Khotimah, N., Darsyah, M. Y., & Nur, I. M. (2019). Analisis Sentimen Terhadap Review E-Commerce Dengan Metode Stochastic Gradient Descent. *Skripsi*, 1–11.
- Naftali, Y. (2024). *HTMT (Heterotrait-Monotrait ratio)*. <https://Yohanli.Com/Htmt-Heterotrait-Monotrait-Ratio/>.
- Olivia, M., & Kezia Marchyta, N. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1). <https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22>
- Ramadhan, W. A., Setiyowati, S., & Widada, B. (2021). Measuring User Satisfaction Online-KRS Using End User Computing Satisfaction Method. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKoSIN)*, 9(2), 25. <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v9i2.578>
- Setiawan, H., & Novita, D. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(2), 162–175. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i2.1375>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Sholihah, R., & Dwi, A. (2022). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)*.
- Tjong, Y., Sugandi, L., & Nurshafita, A. (2018). *User Satisfaction Factors on Learning Management Systems Usage*.
- Widaningsih, U., & Amalia, S. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui E-Commerce Shopee Di Kota Bandung. *Applied Business and Administration Journal*, 1(1), 1–14.
- Wilson, N., Keni, K., Henriette, P., & Tan, P. (2021). The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers' Loyalty in China. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Zakariyya Yahya, M., & Sukandi, P. (2022). *PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung)*. 20(1).
- Maris, S. (2024, January 25). Upaya Shopee Agar Terus Berdampak untuk Seluruh Ekosistem di Tahun 2024 Melalui 2.2 Shopee Live & Video Mega Sale. *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5513857/upaya-shopee-agar-terus-berdampak-untuk-seluruh-ekosistem-di-tahun-2024-melalui-22-shopee-live-amp-video-mega-sale?page=2>