
EVALUASI USER EXPERIENCE APLIKASI M-COMMERCE SHOPEE DENGAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE

Afriadi Lumembang^{1*}, Suryaningsih Patandung², Samrius Upa³

^{1*,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Kristen Indonesia Toraja, Tana Toraja, Sulawesi Selatan

Email: ^{1*} lumembangafriadi@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi kehidupan sehari-hari, terutama dalam *m-commerce* pada *platform mobile*. Platform seluler adalah perkembangan terbaru dalam infrastruktur internet dari beberapa perangkat seluler seperti ponsel cerdas dan tablet melalui jaringan nirkabel atau layanan seluler. *Marketplace* saat ini sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital. Salah satu yang memenuhi kebutuhan masyarakat adalah berbelanja menggunakan aplikasi, *user experience* berdampak pada kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi. Metode *user experiences questionnaire* digunakan untuk mengukur nilai daya tarik, efisien, kejelasan, ketepatan, stimulasi dan kebaruan, dengan menggunakan *tools* UEQ. Kesimpulan menunjukkan hasil evaluasi positif pada skala daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan dan stimulasi sedangkan pada skala kebaruan mendapat nilai evaluasi normal. Dengan hasil evaluasi tersebut aplikasi *m-commerce* shopee dinilai positif dan baik digunakan oleh pengguna sedangkan pada skala kebaruan mendapat hasil evaluasi normal dimana pada skala ini menunjukkan pendapat pengguna terkait inovasi dan kreativitas yang dimiliki oleh aplikasi.

Kata Kunci: *m-commerce, user experience, user experience questionnaire shopee*

EVALUATION OF THE USER EXPERIENCE OF THE M-COMMERCE APPLICATION USING THE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE METHOD

Abstract

Technological developments are currently affecting everyday life, especially in m-commerce on mobile platforms. Mobile platforms are the latest developments in the internet infrastructure of multiple mobile devices such as smartphones and tablets via wireless networks or cellular services. Today's marketplace is urgently needed to meet people's needs in the digital era. One that meets people's needs is shopping using applications, user experience has an impact on user comfort when using applications. The user experiences questionnaire method is used to measure attractiveness, efficiency, clarity, accuracy, stimulation and novelty, using UEQ tools. The conclusion shows positive evaluation results on the scale of attractiveness, clarity, efficiency, accuracy and stimulation while on the novelty scale it gets a normal evaluation value. With the results of this evaluation the m-commerce application is considered positive and well used by users, while on the novelty scale it gets normal evaluation results where on this scale it shows the user's opinion regarding the innovation and creativity possessed by the application.

Keywords: *M-commerce, User Experience, User Experience Questionnaire Shopee*

I. PENDAHULUAN

E-commerce adalah penjualan yang memanfaatkan media elektronik sebagai alat jual beli. Perdagangan elektronik dapat diartikan sebagai pembelian atau penjualan melalui jaringan komunikasi elektronik atau internet. Penjual dan pembeli harus terhubung ke internet untuk berdagang [1] belanja *online* dapat melibatkan transfer uang elektronik pertukaran data elektronik sistem manajemen inventaris otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Belanja *online* memberikan peluang bisnis yang besar misalnya menjual produk dan menawarkan layanan secara *online* dan pertumbuhan pendapatan. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia mendorong shopee untuk ikut serta dalam kebangkitan industri ini [2]. Shopee adalah aplikasi pasar seluler konsumen-ke-konsumen (C2C) utama yang aman menyenangkan mudah dan nyaman untuk membeli dan menjual. Shopee adalah situs belanja dan penjualan *online* membuat perubahan untuk membuat pelanggan lebih banyak melakukan transaksi melalui *website* dan lebih fokus pada *platform mobile* untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan jual beli langsung dari handphone mereka.

Dalam [3] dijelaskan *marketplace* pasar *online* yang berfungsi sebagai tempat transaksi antara pembeli dan penjual. Pasar umumnya beroperasi dengan cara yang sama seperti pasar tradisional namun perbedaannya adalah pasar terkomputerisasi menggunakan dalam sistem, di pasar aplikasi bisnis adalah salah satu hal yang sangat mempengaruhi bisnis itu sendiri, dan salah satunya adalah untuk mengetahui kebutuhan dari pengguna yang berdampak pada kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut.

Marketplace memiliki beberapa faktor yang memudahkan pengguna untuk melakukan pembelian seperti pengalaman pengguna di Aplikasi Pasar. Tugas *user experience* adalah untuk mengetahui apa yang user rasakan, apakah user merasa senang saat merasakan tekanan atau puas saat menggunakan sistem informasi. *User experience* memiliki karakteristik yang berbeda-

beda pada setiap pasar sebagai pembeli. *User experience questionnaire* merupakan perangkat alat informasi tinjauan yang berhubungan dengan pengalaman pengguna yang tidak sulit untuk diterapkan padat dan substansial yang dapat dimanfaatkan untuk melengkapi informasi dari strategi penilaian lain dengan evaluasi kualitas pengalaman pengguna. Dengan demikian pada penelitian ini melakukan evaluasi menggunakan *user experience questionnaire* karena dinilai mampu untuk mengetahui tingkat kegunaan aplikasi bagi pengguna. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis aplikasi shopee yang memiliki proses bisnis dan fungsi dalam pengalaman aplikasi dan ingin mengetahui pengalaman pengguna mana yang cocok untuk pengguna dan dari segi kegunaan pengalaman pelanggan pada penggunaan aplikasi shopee. Penelitian ini memberikan perbandingan melalui UEQ yang memiliki enam aspek penilaian antara lain *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation* serta *novelty*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Marketplace

Marketplace adalah Contoh bisnis baru yang berkembang dengan pesatnya perkembangan infrastruktur IT [3]. Pasar ini dirancang untuk mengurangi proses bisnis yang kompleks untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas.

B. Mobile Commerce

Mobile commerce merupakan pengembangan dari perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang secara umum merupakan suatu pertukaran elektronik (pengiriman atau transaksi) tentang informasi “*mobile commerce* tidak menggantikan *e-commerce*, tetapi sebagian besar transaksi penjualan dari *e-commerce* datang dari *mobile phone*” [10]. Bisa disimpulkan jika *m-commerce* melengkapi *e-commerce*. Hal ini dapat menjadi perhatian dalam dunia bisnis dimana *website* dan toko *online* dibuat agar dapat diakses secara *mobile (mobile-friendly)*

C. Tentang Shopee

Shopee adalah situs web *e-commerce* di Indonesia. Ini adalah *platform* yang dirancang khusus untuk menawarkan pengalaman belanja *online* yang sederhana, aman, dan cepat dengan sistem pembayaran yang kuat dan dukungan logistik. Shopee terus muncul sebagai pilihan utama untuk belanja *online* di Indonesia. Shopee menawarkan berbagai kategori produk elektronik, peralatan rumah tangga, kesehatan, kecantikan, ibu dan bayi, fashion hingga perlengkapan olahraga.

D. User Experience

UX adalah ilmu yang mempelajari apa yang dirasakan pengguna ketika menggunakan suatu sistem, sehingga mereka merasa puas setelah menggunakannya. UX sangat penting untuk dipertimbangkan juga saat merancang dan mengembangkan suatu produk atau jasa. UX adalah pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi atau perangkat lunak untuk menyediakan kegunaan. Pengalaman menunjukkan dirinya dengan mudah saat menggunakan produk digital. Selain dapat memaksimalkan seluruh aspek fitur desain dan

konten yang dapat membantu pengguna mencapai tujuannya saat berinteraksi dengan aplikasi.[12].

E. User Experience Questionnaire

Kuesioner UEQ adalah salah satu kuesioner yang hasilnya dapat digunakan dalam tes kegunaan untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna produk dengan cepat. UEQ dapat diunduh di www.ueq-online.org [13] memiliki 6 skala didalamnya dengan total 26 item pernyataan yaitu:

- a). **Attractiveness** (Daya Tarik): Kesan umum apakah pengguna menyukai produk atau tidak ?
Item ukuran :
 1. *annoying / enjoyable* (menyusahkan - menyenangkan)
 2. *good / bad* (baik - buruk)
 3. *unlikable / pleasing* (tidak disukai - menggembirakan)
 4. *unpleasant / pleasant* (tidak nyaman - nyaman)
 5. *attractive / unattractive* (atraktif - tidak atraktif)
 6. *friendly / unfriendly* (ramah pengguna - tidak ramah pengguna)
- b). **Efficiency** (Efisiensi) : Memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan tugas mereka tanpa usaha yang tidak perlu, item ukuran:
 1. *fast / slow* (cepat - lambat)
 2. *inefficient / efficient* (tidak efisien - efisien)
 3. *impractical / practical* (tidak praktis - praktis)
 4. *organized / cluttered* (tidak terorganisasi - berantakan)
- c). **Perspicuity** (Kejelasan) : Apakah mudah untuk membiasakan diri dengan produk dan belajar menggunakannya? item ukuran :
 1. *not understandable / understandable* (tidak dapat dipahami - dapat dipahami)
 2. *easy to learn / difficult to learn* (sulit di pelajari - mudah di pelajari)
 3. *complicated / easy* (rumit - sederhana)
 4. *clear / confusing* (jelas - membingungkan)
- d). **Dependability** (Ketepatan): Apakah pengguna merasa terkendali terhadap interaksi? Item ukuran :
 1. *unpredictable / predictable* (tak dapat di prediksi - dapat di prediksi)

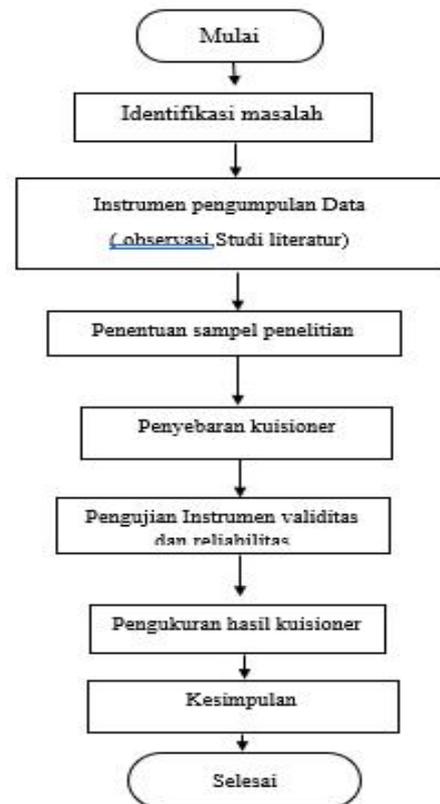
2. *obstructive / supportive* (menghalangi - mendukung)
 3. *secure / not secure* (aman- tidak aman)
 4. *meets expectations / does not meet expectations* (memenuhi ekspektasi- tidak memenuhi ekspektasi)
- e). **Stimulation** (Stimulasi): Apakah menarik dan memotivasi untuk menggunakan produk? Item ukuran:
1. *valueable / inferior* (bermanfaat- kurang bermanfaat)
 2. *boring / exiting* (membosankan - mengasyikkan)
 3. *not interesting / interesting* (tidak menarik - menarik)
 4. *motivating / demotivating* (memotivasi- tidak memotivasi)
- f). **Novelty** (Kebaruan): Apakah produk itu inovatif dan kreatif ? Apakah produk menangkap minat pengguna? Item ukuran:
1. *creative / dull* (kreatif-monoton)
 2. *inventive / conventional* (berdaya cipta - konvensional)
 3. *usual / leading edge* (lazim - terdepan)
 4. *conservative / innovative* (konservatif - inovatif)

F. Evaluasi

Evaluasi adalah proses identifikasi yang digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi apakah suatu kegiatan atau program dilaksanakan sesuai dengan rencana atau tujuan yang layak. Ada juga yang mengatakan bahwa pengertian evaluasi adalah mengumpulkan informasi tentang kinerja sesuatu (metode, orang, peralatan), menggunakan informasi tersebut untuk menentukan pilihan terbaik untuk mengambil keputusan. [14].

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode terapan. Metode ini memiliki tujuan yaitu untuk melakukan pemecahan masalah, Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan yang ditampilkan dalam bentuk flowchart metodologi penelitian seperti pada Gambar 1 berikut



Gambar 1 memberikan pemaparan dalam bentuk diagram mengenai tahapan-tahapan penelitian. Berikut adalah penjelasan dari setiap tahapan pada diagram alir.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terjadi pada aplikasi shopee yaitu untuk mengetahui skala yang membuat aplikasi shopee dominan disukai oleh pengguna yang di nilai dari pengalaman pengguna dengan menggunakan metode UEQ.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data dilakukan dengan metode dan prosedur untuk mendapatkan berbagai informasi apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian.

a. Observasi

Metode pengumpulan data yang pertama yaitu teknik observasi kegiatan yang dilakukan adalah mengamati secara langsung aplikasi shopee dengan melihat ulasan aplikasi di *google play store*, memasang aplikasi dan menjadi pengguna shopee.

b. Studi Literatur

Penelitian ini terlebih dahulu mengkaji literatur pengalaman pengguna, survei pengalaman pengguna dan penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian ini.

3. Penentuan Sampel Penelitian

Responden penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee dan pengambilan sampel menggunakan rumus *lemeshow* karena jumlah populasi atau sumber data yang mendukung dalam penentuan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus dari *lemeshow* dapat dilihat pada persamaan berikut.

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

keterangan :

n = jumlah sampel

z = nilai standar = 1.96

p = maksimal estimasi = 50% = 0.5

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

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1^2} = n = 96,04 = 96$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka **n** yang dihasilkan adalah 96,04 = 96 orang, maka jumlah responden yang dihasilkan adalah 96 orang tetapi dalam penelitian ini ditambahkan 4 responden lagi sebagai responden cadangan. Sehingga pada penelitian ini setidaknya harus mengambil data dari sampel sejumlah 100 orang.

4. Penyebaran kuesioner

dilakukan dengan menggunakan survei atau kuesioner. Tahapan ini dimulai dari penyusunan, penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *facebook* dan lain-lain dengan menggunakan *google form* untuk pengisiannya. Adapun responden dari penelitian ini adalah

pengguna dari berbagai usia, posisi, dan lama memakai aplikasi shopee. Adapun penyebaran kuesioner menggunakan *online survey*. Tetapi penyusunan pertanyaan tidak dilakukan karena telah digunakan pertanyaan yang berasal dari *framework* UEQ.

5. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah prosedur untuk memastikan bahwa suatu ukuran valid atau tidak valid. Pertanyaan survei berfungsi sebagai pengukur. Sebuah survei dianggap valid jika pertanyaan kuesioner dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh survei tersebut . Uji validitas dalam penelitian rumus yang digunakan korelasi product pada persamaan berikut

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xi yi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{(n(\sum xi^2) - (\sum xi)^2)(n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2)}} \tag{3.2}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = jumlah responden

x_i = skor setiap item pada instrumen

y_i = skor setiap item pada kriteria

Dalam rangka uji validitas kuesioner kriteria pengujian apabila r hitung lebih besar sama dengan r tabel, dengan taraf signifikasi 0,05 dan df = n-2 maka alat ukur dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item pertanyaan tersebut tidak valid.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan reliabilitas

| Attractiveness | | Perspicuity | | Efficiency | | Dependability | | Stimulation | | Novelty | |
|----------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|---------|-------------|
| Items | Correlation | Items | Correlation | Items | Correlation | Items | Correlation | Items | Correlation | Items | Correlation |
| 1, 12 | 0,48 | 2, 4 | 0,05 | 9, 20 | 0,20 | 8, 11 | 0,40 | 5, 6 | 0,23 | 3, 10 | 0,27 |
| 1, 14 | 0,36 | 2, 13 | 0,72 | 9, 22 | 0,56 | 8, 17 | 0,46 | 5, 7 | 0,36 | 3, 15 | 0,29 |
| 1, 16 | 0,02 | 2, 21 | 0,28 | 9, 23 | 0,49 | 8, 19 | 0,24 | 5, 18 | 0,81 | 3, 26 | 0,43 |
| 1, 24 | 0,52 | 4, 19 | 0,16 | 20, 22 | 0,43 | 11, 17 | 0,32 | 6, 7 | 0,46 | 10, 15 | 0,23 |
| 1, 25 | 0,36 | 4, 21 | 0,67 | 20, 23 | 0,06 | 11, 19 | 0,38 | 6, 18 | 0,18 | 10, 26 | 0,46 |
| 12, 14 | 0,13 | 13, 21 | 0,40 | 22, 23 | 0,61 | 17, 19 | 0,64 | 7, 18 | 0,29 | 15, 26 | 0,80 |
| 12, 16 | 0,46 | Average | 0,381 | Average | 0,392 | Average | 0,408 | Average | 0,388 | Average | 0,381 |
| 12, 24 | 0,76 | Alpha | 0,71 | Alpha | 0,72 | Alpha | 0,73 | Alpha | 0,72 | Alpha | 0,71 |
| 12, 25 | 0,67 | Alpha | 0,71 | Alpha | 0,49 | Alpha | 0,51 | Alpha | 0,48 | Alpha | 0,47 |
| 14, 16 | 0,33 | Alpha | (5%) 0,84 | Alpha | (5%) 0,85 | Alpha | (5%) 0,85 | Alpha | (5%) 0,85 | Alpha | (5%) 0,84 |
| 14, 24 | 0,14 | | | | | | | | | | |
| 14, 25 | 0,00 | | | | | | | | | | |
| 16, 24 | 0,57 | | | | | | | | | | |
| 16, 25 | 0,39 | | | | | | | | | | |
| 24, 25 | 0,73 | | | | | | | | | | |
| Average | 0,395 | | | | | | | | | | |
| Alpha | 0,80 | | | | | | | | | | |
| Alpha | 0,64 | | | | | | | | | | |
| Alpha | (5%) 0,89 | | | | | | | | | | |

Gambar 4.1 Hasil uji validasi dan reliabilitas

Gambar menunjukkan korelasi setiap item pertanyaan perskala, dari keseluruhan korelasi item pertanyaan perskala menghasilkan rata-rata

(average) nilai rata-rata pada skala daya tarik 0.395, kejelasan 0.381, efisiensi 0.392, ketepatan 0.408, stimulasi 0.388 dan kebaruan 0.381. Hasil *average* tiap skala dibandingkan dengan nilai r tabel $df = n-2$ ($30 - 2$) = 0.374. Reliabilitas didapat dari nilai *alpha* perskala. Masing-masing skala mendapat nilai lebih dari 0.60 atau 0.70 maka setiap skala dikatakan reliabel.

B. Rata-Rata Hasil Pengukuran UEQ

| Item | Mean | Variance | Std. Dev. | No. | Left | Right | Scale |
|------|------|----------|-----------|-----|----------------------|---------------------------|------------|
| 1 | 1,7 | 1,9 | 1,4 | 100 | menyusahkan | menyenangkan | Daya tarik |
| 2 | 2,1 | 1,8 | 1,3 | 100 | tak dapat dipahami | dapat dipahami | Kejelasan |
| 3 | 0,5 | 3,4 | 1,9 | 100 | kreatif | monoton | Kebaruan |
| 4 | 0,9 | 3,7 | 1,9 | 100 | mudah dipelajari | sulit dipelajari | Kejelasan |
| 5 | 1,0 | 4,6 | 2,2 | 100 | bermanfaat | kurang bermanfaat | Stimulasi |
| 6 | 0,6 | 3,6 | 1,9 | 100 | membosankan | mengasyikkan | Stimulasi |
| 7 | 1,3 | 2,6 | 1,6 | 100 | tidak menarik | menarik | Stimulasi |
| 8 | 1,1 | 3,4 | 1,8 | 100 | tak dapat diprediksi | dapat diprediksi | Ketepatan |
| 9 | 0,6 | 4,3 | 2,1 | 100 | cepat | lambat | Efisiensi |
| 10 | 0,3 | 3,3 | 1,8 | 100 | berdaya cipta | konvensional | Kebaruan |
| 11 | 1,5 | 3,2 | 1,8 | 100 | menghalangi | mendukung | Ketepatan |
| 12 | 0,9 | 4,2 | 2,1 | 100 | baik | buruk | Daya tarik |
| 13 | 1,7 | 1,8 | 1,4 | 100 | rumit | sederhana | Kejelasan |
| 14 | 1,9 | 1,6 | 1,3 | 100 | tidak disukai | menggembirakan | Daya tarik |
| 15 | 1,4 | 2,4 | 1,6 | 100 | lazim | terdepan | Kebaruan |
| 16 | 1,4 | 1,9 | 1,4 | 100 | tidak nyaman | nyaman | Daya tarik |
| 17 | 0,5 | 4,3 | 2,1 | 100 | aman | tidak aman | Ketepatan |
| 18 | 0,7 | 3,8 | 1,9 | 100 | memotivasi | tidak memotivasi | Stimulasi |
| 19 | 0,9 | 3,6 | 1,9 | 100 | memenuhi ekspektasi | tidak memenuhi ekspektasi | Ketepatan |
| 20 | 1,8 | 1,9 | 1,4 | 100 | tidak efisien | efisien | Efisiensi |
| 21 | 0,9 | 4,0 | 2,0 | 100 | jelas | membingungkan | Kejelasan |
| 22 | 1,8 | 2,0 | 1,4 | 100 | tidak praktis | praktis | Efisiensi |
| 23 | 0,8 | 3,4 | 1,9 | 100 | terorganisasi | berantakan | Efisiensi |
| 24 | 0,9 | 4,1 | 2,0 | 100 | atraktif | tidak atraktif | Daya tarik |
| 25 | 1,1 | 4,1 | 2,0 | 100 | ramah pengguna | tidak ramah pengguna | Daya tarik |
| 26 | 0,9 | 3,8 | 1,9 | 100 | konservatif | inovatif | Kebaruan |

Gambar 4.2 Rata-Rata Hasil Pebgukuran UEQ

C. Rata rata perskala

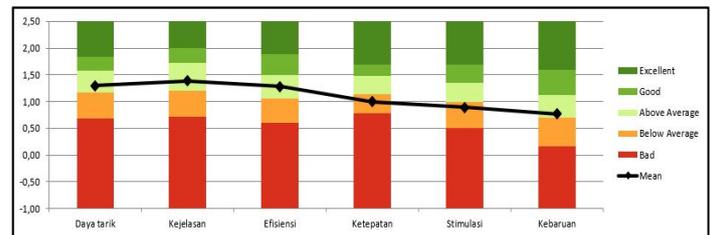
| UEQ Scales (Mean and Variance) | | |
|--------------------------------|-------|------|
| Daya tarik | 1,298 | 1,29 |
| Kejelasan | 1,390 | 1,40 |
| Efisiensi | 1,283 | 1,47 |
| Ketepatan | 0,995 | 1,90 |
| Stimulasi | 0,893 | 1,71 |
| Kebaruan | 0,768 | 1,46 |

Gambar 4.3 Mean Perskala UEQ

Tabel menunjukkan rata-rata setiap skala nilai antara -0,8 dan 0,8 mewakili evaluasi yang kurang lebih netral dari skala yang sesuai. Nilai > 0,8 mewakili evaluasi positif dan nilai < -0,8 mewakili evaluasi negatif. Kesimpulan pada tabel menunjukkan evaluasi positif pada skala daya tarik 1.298 hal ini menunjukkan kesan umum yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi shopee apakah pengguna menyukai atau tidak pada aplikasi shopee, kejelasan 1.390 skala ini menggambarkan tingkat kemudahan dalam mempelajari cara penggunaan aplikasi shopee, efisiensi 1.283 hal ini menunjukkan aplikasi shopee dapat digunakan dengan cepat dan efisien

serta terorganisir dengan baik, ketepatan 0,995 skala ini menunjukkan bahwa tingkat makelar yang dirasakan pengguna aplikasi shopee terkait interaksi dengan aplikasi sudah baik serta keamanan dan ketertebakan alat penggunaan aplikasi dan stimulasi 0.893 skala ini menggambarkan *excited* dan motivasi yang timbul dalam diri pergguna setelah menggunakan aplikasi shopee, aplikasi yang baik akan membuat pengguna merasa *excited* dan termotivasi untuk menggunakan aplikasi secara terus menerus . Pada skala kebaruan 0.768 skala ini menunjukkan pendapat pengguna aplikasi shopee terkait inovasi dan kreativitas yang dimiliki oleh aplikasi shopee dinilai normal oleh penggunanya

D. Hasil Perhitungan Benchmark UEQ



Gambar 4.3 Benchmark UEQ

Pada skala daya tarik, hasil dari aplikasi *m-commerce* shopee mencapai nilai rata- rata 1.30. Selanjutnya skala kejelasan mendapat nilai rata-rata mencapai 1.39. Untuk selanjutnya skala efisiensi mendapat 1.28. Skala selanjutnya yaitu ketepatan, untuk skala ini mendapat nilai yaitu 1.00. Pada skala stimulasi, mendapat nilai 0.89. Pada skala terakhir yaitu kebaruan mendapatkan nilai sebesar 0.77.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan *level* evaluasi *user experience* pengguna terhadap aplikasi *m-commerce* shopee menunjukkan hasil nilai positif pada skala daya tarik, kejelasan, efisiensi ketepatan dan stimulasi hal ini menunjukkan bahwa aplikasi shopee dinilai baik oleh penggunanya sedangkan pada skala kebaruan menunjukkan hasil evaluasi normal dengan kata lain pengguna aplikasi shopee tidak terlalu merasakan kebaruan dari aplikasi shopee.

2. Hasil uji *benchmark* menunjukkan hasil dengan kategori *above average* yaitu pada skala daya tarik, kejelasan, efisiensi dan kebaruan, sedangkan ketepatan dan stimulasi masuk dalam kategori *below average*. Dengan hasil tersebut aplikasi *m-commerce* dirasakan perlu meningkatkan 6 skala untuk mencapai hasil yang lebih baik (*good*). Terutama pada skala ketepatan dan stimulasi ketepatan termasuk dalam aspek *pragmatic quality* yang bertujuan mengatur kemudahan pengguna dalam menjalankan aplikasi. Sedangkan Skala stimulasi termasuk dalam aspek *hedonic quality* yang berkaitan dengan kepuasan pengguna terkait pengalamannya dalam menggunakan aplikasi.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan penelitian terdapat beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut yaitu :

1. Perlunya dilakukan penyebaran kuesioner lagi agar dapat mengetahui lebih detail mengenai kekurangan pada skala ketepatan dan stimulasi yang termasuk dalam aspek pragmatis dan hedonis UEQ dari sistem yang di evaluasi

2. Untuk mendapatkan hasil yang optimal memerlukan peranan responden yang cukup aktif dalam menyampaikan tanggapan (*feedback*) untuk pengembangan sistem.

3. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan metode *user experience* yang lainnya. Saat melakukan penyebaran kuesioner *user experience questionnaire* (UEQ) secara *online* disarankan untuk memberi penjelasan yang lebih mudah dipahami oleh responden tanpa mengubah inti dari pertanyaan

REFERENSI

- [1] syafnidawaty, "E-Commerce (Perdagangan Elektronik)," *raharja.ac.id*, 2020. <https://raharja.ac.id/2020/04/28/e-commerce-perdagangan-elektronik/> (accessed May 29, 2022).
- [2] M. A. Adhi Prasetio, *Konsep Dasar E-Commerce*. 2021.
- [3] R. Y. Rini Yustiani1, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi," vol. 6, no. ISSN : 2089-9033, 2017.
- [4] e-commerce, "15 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Pengunjungnya," *sirclo.com*, 2022. <https://www.sirclo.com/blog/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjungnya/> (accessed May 29, 2022).
- [5] Moh. Ali Romli, "Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) Pada Sistem Informasi Akademik Perguruan Tinggi," *Sistem Informasi*, vol. 12, no. p-ISSN : 2087-894X, 2022.
- [6] L.A.Abdillah, "Analisis Aplikasi Mobile Transportasi Online Menggunakan User Experience Questionnaire pada Era Milenial dan Z," *jurnal sistem informasi bisnis*, vol.9, no.2, p. 204, Nov. 2019, doi: 10.21456/vol9iss2pp204-211.
- [7] S. Rasio Henim and R. Perdana Sari, "Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire," 2020. [Online]. Available: <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/>
- [8] N. Saputra *et al.*, "Analisis Dan Evaluasi Pengalaman Pengguna Patik Bali Dengan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," vol. 8, no. 2, pp. 217–226, 2021, doi: 10.25126/jtiik.202182763.
- [9] D. P. D. R. P. M. Azman Maricar* 1, "Evaluasi Penggunaan Slims Pada E-Library Dengan Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)," vol. 8, no. p-ISSN: 2355-7699, 2021.
- [10] Ferdianto, "Mobile Commerce (M-Commerce)," *sis.binus.ac.id*, 2019. <https://sis.binus.ac.id/2019/04/23/mobile-commerce-m-commerce/> (accessed May 29, 2022).
- [11] <https://dilut.com/tentang-shopee-co-id-adalah/>, "tentang shopee," 2023.
- [12] Muhammad, Robith Adani, "definisi UX," <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/pekerjaan-user-experience/>, 2020.

- [13] Intan Cahyani, “Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Mobile Payment Menggunakan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus : Aplikasi GoPay dan OVO),” *jurnal ilmiah komputasi*, vol. 20, 2021.
- [14] M.Prawiro, “Pengertian Evaluasi: Arti, Tujuan, Fungsi, dan Tahapan Evaluasi,” *www.maxmanroe.com*, 2018. <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-evaluasi.html> (accessed May 29, 2022).
- [15] liputan6, “Tujuan Evaluasi, Pengertian, Fungsi, dan Tahapannya yang Perlu Dipahami,” <https://id.berita.yahoo.com/>, 2021. <https://id.berita.yahoo.com/tujuan-evaluasi-pengertian-fungsi-dan-013817092.html> (accessed May 29, 2022).
- [16] iprice.co.id, “Pengunjung Marketplace,” <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>.
- [17] Dyah Ayu Alvinda, “halaman awal aplikasi shopee,” <https://alvindayu.com/cara-login-shopee/>, 2023.
- [18] Cevin Samuel, “struktur ueq,” <https://itscevinsam.wordpress.com/category/sistem-dan-teknologi-informasi/>, Mar. 2021.
- [19] Cevin Samuel, “26 item pertanyaan pada ueq,” <https://itscevinsam.wordpress.com/category/sistem-dan-teknologi-informasi/>, Mar. 2021.
-