

**ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI
MOBILE E-COMMERCE BERBASIS MODEL BISNIS B2C**



**Melky Radja
185302852**

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2019**

**ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI
MOBILE E-COMMERCE BERBASIS MODEL BISNIS B2C**

*ANALYSIS OF USER EXPERIENCE ON E-COMMERCE
MOBILE APPLICATION WITH B2C BUSINESS MODEL*



**Melky Radja
185302852**

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2019**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INFORMATIKA

PENGESAHAN TESIS

Nama : Melky Radja
Nomor Mahasiswa : 185302852/PS/MTF
Konsentrasi :
Judul Tesis : Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile
E-Commerce Berbasis Model Bisnis B2C

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Ir. A. Djoko Budiyanto, M. Eng.,
Ph.D.

13/01/2020

Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D.

14/01/2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Bapa, Putra dan Roh Kudus karena atas limpahan berkat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir yang berjudul **“Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile E-Commerce Berbasis Model Bisnis B2C”** dapat terselesaikan. Terwujudnya tugas akhir ini tidak lepas dari partisipasi dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak Ir. A. Djoko Budiyanto, M. Eng., Ph.D. selaku pembimbing 1 dan Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D. selaku pembimbing 2, kepada pihak kampus uniflor yang telah membantu dalam mendukung penelitian ini, kepada semua responden telah bersedia meluangkan waktunya dalam penelitian, kepada putra terbaik kalbar bang Paul, Baltra, Edo, Jimmy, Galih, Chelin dan semua teman-teman angkatan yang telah memberikan motivasi yang luar biasa. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta semua keluarga tercinta, atas segala doa dan kasih sayangnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf bila ada kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Kritik dan saran penulis hargai demi penyempurnaan penulisan serupa dimasa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat bernilai positif bagi semua pihak yang membutuhkan.

INTISARI

Keberhasilan dari sebuah aplikasi *e-commerce* tergantung pada efektifitas dan penerimaan user terhadap aplikasi. Analisis kebutuhan *user* dan pengalaman pengguna sangat berperan penting dalam mendukung keberhasilan dari *e-commerce*. *User experience* (UX) merupakan sebuah penelitian yang mengidentifikasi interaksi kebutuhan *user*, ekspektasi, serta penerimaan terhadap product atau fitur dalam *e-commerce*. Dalam paper ini akan melakukan pengujian terhadap *mobile* aplikasi *e-commerce* dengan model bisnis B2C (*Business to Customer*) yang ada di Indonesia. Dalam penelitian ini setiap aplikasi *mobile e-commerce* diuji menggunakan *usability metrics* dengan melihat tingkat keberhasilan pengerjaan *task*, waktu yang dibutuhkan dalam menyelesaikan sebuah *task*, serta pengujian tingkat kepuasan setelah penggunaan aplikasi *e-commerce* oleh responden. Pengumpulan data pengujian dilakukan dengan dua cara diantaranya adalah *task Scenario testing* dan *User Experience questionnaire* (UEQ). Pengujian tersebut digunakan untuk melihat perbandingan dua *e-commerce* dengan rating terbaik yang ada di Indonesia, dimana fungsionalitas dari sebuah sistem dapat digunakan oleh pengguna dengan efektif, efisien dan memuaskan dalam mencapai tujuan tertentu serta menemukan fitur-fitur yang berpotensi efisien terhadap kepuasan konsumen dari masing-masing *e-commerce* yang diuji. Dalam penelitian ini didapatkan hasil perbandingan *task scenario testing* pada dua *mobile* aplikasi *e-commerce* pada fitur *payment* dengan perbandingan waktu yang signifikan, dan tingkat kepuasan berada pada skala rata-rata 2.05 sampai 2.53 dengan arti kedua aplikasi yang diujikan berada pada zona tanggapan positif terhadap kepuasan saat menggunakan aplikasi.

Kata Kunci: *E-commerce, B2C, User Experience, Usability Metrics*

ABSTRACT

The success of an e-commerce application depends on the effectiveness and user acceptance of the application. Analysis of user needs and user experience is very important to support the success of an e-commerce application. User experience (UX) is a study that identifies the interaction of user needs, expectations, and acceptance of products or features in e-commerce. In this paper, we will test mobile e-commerce applications with B2C (Business to Customer) business models in Indonesia. In this study two mobile e-commerce applications will be tested using usability metrics by looking at the success rate of task completion, the time needed to complete a task, and testing the level of satisfaction after the use of e-commerce applications by respondents. Testing data collection is done in two ways including the task of Scenario testing and User Experience Question (UEQ). This test is used to see the comparison of two e-commerce with the best rating in Indonesia, where the functionality of a system can be used by users effectively, efficiently and satisfactorily in achieving certain goals and finding features that are potentially efficient towards customer satisfaction of each e-commerce being tested. In this study, the results of the task scenario testing comparison on two mobile e-commerce applications on search product features and payment features with a significant time difference. The level of user satisfaction is on an average scale of 2.05 to 2.53, meaning that the two applications tested are in the zone of positive responses to satisfaction when using the application.

Keyword: E-commerce, B2C, User Experience, Usability Metrics

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ii
INTISARI	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan.....	7
1.5 Manfaat.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
BAB III.....	13
LANDASAN TEORI	13
3.1 <i>Usability</i>	13
3.1.1 Metodologi Evaluasi <i>Usability</i>	15
3.1.1.1 <i>Usability Test Sample</i>	18
BAB IV.....	22
METODELOGI PENELITIAN.....	22
4.1 Metode pengumpulan data.....	22
4.1.1 Studi pustaka	22
4.1.2 Wawancara	22
4.1.3 Kuesioner	23
4.2 Penentuan Responden	24
4.2.1 Populasi.....	24
4.2.2 Penentuan sample	24
4.3 Metode Evaluasi Sistem.....	26
4.4 Langkah-langkah penelitian	27

BAB V	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31
5.1 Persiapan Instrumen Penelitian	31
5.2 Tahap <i>User Testing</i>	33
5.3 Pengumpulan Data	34
5.3.1 Data Hasil penelitian	35
5.3.2 Data Hasil Processing	36
5.4 Analisis <i>Usability Matrics</i>	37
5.4.1 Evaluasi <i>Task Success</i>	37
5.4.1.1 Analisis <i>Task Success B2C Mobile Application 1</i>	38
5.4.1.2 Analisis <i>Task Success B2C Mobile Application 2</i>	41
5.4.2 Evaluasi <i>Task Time Data</i>	43
5.4.2.1 Analisis Interval Kepercayaan <i>Task Time Data Application E-commerce 1</i>	44
5.4.2.2 Analisis Interval Kepercayaan <i>Task Time Data Application E-commerce 2</i>	47
5.4.2.3 Analisis perbandingan	51
5.5 Analisis UEQ Quistionare	53
5.5.1 Analisis Inkonsistensi dan Realibilitas Quistionare	60
5.5.2 Result UEQ Quistionare <i>B2C Mobile Application 1</i>	64
5.5.2.1 Analisis Skala UEQ	64
5.5.2.2 Analisis Benchmark UEQ	66
5.5.3 Result UEQ Quistionare <i>B2C Mobile Application 2</i>	67
5.5.3.1 Analisis Skala UEQ	67
5.5.3.2 Analisis <i>Benchmark</i> UEQ	69
5.5.4 Evaluasi Perbandingan UEQ Quistionare	70
5.6 Hasil perbandingan dari penelitian	72
BAB VI	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
6.1 Kesimpulan	74
6.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Deskripsi Informasi Responden.....	25
Tabel 2 : Kegiatan-kegiatan penelitian	29
Tabel 3: Prosedur Pengujian Aplikasi	30
Tabel 4: Task Success aplikasi <i>E-commerce</i> 1.....	38
Tabel 5: Task Success aplikasi <i>E-commerce</i> 2.....	41
Tabel 6: Data waktu dalam Log (<i>E-commerce</i> 1).....	44
Tabel 7: Data waktu dalam Log (<i>E-commerce</i> 2).....	48
Tabel 8: Hasil Perhitungan <i>Confidence Interval</i>	52
Tabel 9: Skala Jawaban Responden <i>E-commerce</i> 1	54
Tabel 10: Skala Jawaban Responden <i>E-commerce</i> 2	56
Tabel 11: Inkonsistensi Jawaban	60
Tabel 12: Koefisien <i>Conbach Alpha</i>	63
Tabel 13: Nilai <i>Mean</i> Skala UEQ.....	64
Tabel 14: <i>Benchmark intervals for the UEQ scales</i>	66
Tabel 15: Skala UEQ	68
Tabel 16: Perhitungan T-Test.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Langkah-langkah Penelitian.....	27
Gambar 2: Kuisoner UEQ.....	32
Gambar 3: Data Demografi Kelompok Usia Responden.....	34
Gambar 4: Data Demografi Kelompok Pekerjaan Responden.....	35
Gambar 5 : Grafik Skala UEQ <i>E-commerce</i> 1	64
Gambar 6: Grafik Benchmark <i>E-commerce</i> 1	67
Gambar 7: Grafik Skala UEQ <i>E-commerce</i> 2	68
Gambar 9: Grafik Perbandingan Skala Rata-rata Confidence Interval	70

