

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan atribut pada aplikasi belanja online berbasis B2C yang perlu diperbaiki. Hal ini dilakukan agar dapat dipakai sebagai pertimbangan selanjutnya dalam membangun aplikasi *e-commerce* yang lebih baik dan berdasarkan pada user experience. Dari hasil penelitian *task testing* menggunakan skenario untuk menilai user experience pada dua aplikasi *e-commerce* yang berbeda didapatkan hasil *task* sukses sebesar 100% pada kedua aplikasi *e-commerce* yang diujikan. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa untuk kedua aplikasi tersebut dinilai efektif. Sedangkan untuk perhitungan *task time* didapatkan perbedaan *task time* pengerjaan waktu yang signifikan pada *task-3*, dimana pada *task* ini total durasi waktu yang dibutuhkan aplikasi *e-commerce* 1 lebih sedikit dibandingkan dengan aplikasi *e-commerce* 2. Penggunaan UEQ dalam pengujian aplikasi *e-commerce* ini mendapatkan hasil aplikasi *e-commerce* 1 lebih unggul dalam 6 fitur yang diujikan, perbandingan yang cukup signifikan terdapat pada fitur *Efficiency*, *Stimulation* dan *Novelty*.

Dari kedua metode penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa aplikasi *e-commerce* 1 lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi *e-commerce* 2. Kesimpulan lain yang dapat ditarik adalah, untuk *task testing* pengembangan yang perlu ditekankan ada pada *task* pembelian produk. Sedangkan untuk UEQ *testing* fitur

yang harus jadi pertimbangan pengembang aplikasi *e-commerce* 2 adalah *Efficiency*, *Stimulation* dan *Novelty*.

6.2 Saran

Penelitian ini hanya digunakan sebagai sarana pembandingan untuk melihat tingkat kebaruan dan kelemahan yang dimiliki oleh dua aplikasi belanja online yang ada di Indonesia, yang nantinya dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan aplikasi *e-commerce* lainnya. Dalam penelitian terkait pengalaman pengguna, penelitian ini tidak dapat dijadikan sebagai patokan utama. Keberhasilan sebuah aplikasi penjualan online berbasis *mobile* dapat berubah seiring perkembangan ekspektasi pengguna. Perlu adanya pengujian bertahap untuk mendapatkan tanggapan yang lebih baik lagi dari pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2017). Penduduk Menurut Kelompok Umur Berdasarkan Proyeksi 2015-2017. Retrieved August 12, 2019, from <https://endekab.bps.go.id/dynamictable/2018/11/12/117/penduduk-menurut-kelompok-umur-berdasarkan-proyeksi-2015-2017.html>
- Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards and Interfaces*, 55, 1339–1351. <https://doi.org/10.1016/j.csi.2017.05.001>
- Eid, M. I. (2011). Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction , Trust , and Loyalty in Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(May), 78–93. Retrieved from <http://www.csulb.edu/journals/jecr/issues/2011/Paper5.pdf>
- Finstad, K. (2010). The usability metric for user experience. *Interacting with Computers*, 22(5), 323–327. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2010.04.004>
- Garrett, J. J. (2010). Customer Loyalty and the Elements of User Experience. *Design Management Review*, 17(1), 35–39. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2006.tb00027.x>
- Hinderks, A., Schrepp, M., Domínguez Mayo, F. J., Escalona, M. J., & Thomaschewski, J. (2019). Developing a UX KPI based on the user experience questionnaire. *Computer Standards and Interfaces*, 65, 38–44. <https://doi.org/10.1016/j.csi.2019.01.007>
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2013). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(4), 246–259. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2012.12.003>
- Iprice.co.id. (2019). Top Rating E-commerce Application in Indonesia. Retrieved August 3, 2019, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- ISO 9126-1. (2000). Information technology —Software product quality — Part 1: Quality model Technologiesde, 2000.
- ISO 9241-11. (2018). Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs)—Part 11: Guidance on usability, 1998. Retrieved from

- <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en>
- ISO 9241-210. (2009). Ergonomics of human–system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems *Ergonomie. International Organization*, 2007, 1–11. <https://doi.org/10.1021/es0620181>
- Jakob, N. (2012). Nielsen Norman Group Usability 101: Introduction to Usability. *Nielsen Norman Group*, 3–5. <https://doi.org/10.1097/JTO.0b013e3181b27170\r01243894-200909002-00002> [pii]
- Kaner, C. (2003). An Introduction to Scenario Testing. *Scenario Testing*, (June), 1–7.
- Lee, G., & Raghu, T. S. (2014). Determinants of Mobile Apps’ Success: Evidence from the App Store Market. *Journal of Management Information Systems*, 31(2), 133–170. <https://doi.org/10.2753/mis0742-1222310206>
- Lee, S., & Koubek, R. J. (2010). The effects of usability and web design attributes on user preference for e-commerce web sites. *Computers in Industry*, 61(4), 329–341. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2009.12.004>
- Lewis, J. R. (1995). IBM Computer Usability Satisfaction Questionnaires: Psychometric Evaluation and Instructions for Use. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 7(1), 57–78. <https://doi.org/10.1080/10447319509526110>
- Li, F., & Li, Y. (2011). Usability evaluation of e-commerce on B2C websites in China. *Procedia Engineering*, 15, 5299–5304. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2011.08.982>
- Nielsen, J. (1990). Usability Engineering, 10(1), 79–84. <https://doi.org/10.1145/1508044.1508050>
- Nielsen, Jakob. (1994). Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier. *Useit.Com*, 22. Retrieved from www.useit.com/papers/guerilla_hci.html
- Petre, M., Minocha, S., & Roberts, D. (2006). Usability beyond the website: An empirically-grounded e-commerce evaluation instrument for the total customer experience. *Behaviour and Information Technology*, 25(2), 189–203.

- <https://doi.org/10.1080/01449290500331198>
- Rizvi, S. S., Riasat, A., & Elleithy, K. M. (2009). A Quantitative Approach in Heuristic Evaluation of E-Commerce Websites. *International Journal*, 1(2), 21–28. <https://doi.org/10.5121/ijaia.2018.9101>
- Sauro, J., & Dumas, J. S. (2009). Comparison of three one-question, post-task usability questionnaires, 1599. <https://doi.org/10.1145/1518701.1518946>
- Sauro, J., & Lewis, J. R. (2012a). Estimating Completion Rates from Small Samples Using Binomial Confidence Intervals: Comparisons and Recommendations. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 49(24), 2100–2103. <https://doi.org/10.1177/154193120504902407>
- Sauro, J., & Lewis, J. R. (2012b). *Quantifying the User Experience*. Elsevier.
- Schrepp, M. (2015). User Experience Questionnaire Handbook, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.02.053>
- Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2017). Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ). *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 4(4), 40. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2017.445>
- Shackel, B. (2009). Usability – Context, framework, definition, design and evaluation. *Interacting with Computers*, 21(5–6), 339–346. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.04.007>
- Turner, C. W., Lewis, J. R., Nielsen, J., & Karwowski, W. (2006). Determining usability test sample size. *International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors*, 3(2), 3084–3088.
- Vermeeren, A. P. O. S., Law, E. L. C., Roto, V., Obrist, M., Hoonhout, J., & Vaänänen-Vainio-Mattila, K. (2010). User experience evaluation methods: current state and development needs. *Proceedings: NordiCHI 2010*, 521–530. <https://doi.org/10.1145/1868914.1868973>
- Yoo, B., & Jang, M. (2019). A bibliographic survey of business models, service relationships, and technology in electronic commerce. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33(July 2018), 100818. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.11.005>