

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Terdapat banyak peneliti yang sudah meneliti sebuah aplikasi menggunakan metode *User Experience Questionnaire* karena metode ini dikenal sangat jelas dalam mendeskripsikan pengalaman pengalaman pengguna. Dalam penelitian yang dilaksanakan untuk menilai pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi Tix.id [6]. Dalam penelitian tersebut, juga dimaksudkan untuk mengevaluasi tingkat skala dalam *User Experience Questionnaire* yang mencapai nilai paling tinggi dan paling rendah. Skala-skala tersebut mencakup *Attractiveness*, *Efficiency*, *Perspicuity*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Tix.id memberikan kesan positif pada skala *Novelty* (Kebaruan), menunjukkan bahwa desain aplikasi tersebut dapat diterima dan menarik perhatian pengguna.

Penelitian yang memfokuskan objeknya pada RedDoorz dan Airy[7]. Penelitian ini bertujuan untuk menilai mutu dua aplikasi tersebut dengan memanfaatkan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia antara 18 hingga 34 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Airy mendapatkan penilaian lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu RedDoorz.

Meneliti pengalaman pengguna saat melakukan akses pada situs web Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang terkait dengan Universitas Ahmad Dahlan (UAD) [8]. Laman web Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) merupakan *Platform* yang disediakan oleh Universitas Ahmad Dahlan untuk menguji kompetensi calon lulusan Universitas Ahmad Dahlan. Pengujian ini difokuskan pada tingkat kepuasan pengguna dari para pengguna LSP UAD. Hasil penelitian menunjukkan evaluasi yang positif, terutama dalam aspek kejelasan dan kebaruan yang mendapatkan penilaian tinggi. Sementara itu, untuk aspek daya tarik dan efisiensi juga memperoleh penilaian yang baik.

Mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap sistem informasi Eksekutif di STMIK STIKOM [9]. Sistem informasi ini berfungsi untuk menganalisis tujuan organisasi dan memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan oleh organisasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki dan mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem informasi ini, menggunakan metode *User*

Experience Questionnaire (UEQ). Penelitian ini bersifat deskriptif dengan populasi sebanyak 28 orang. Hasil evaluasi berdasarkan skala *User Experience Questionnaire* (UEQ) menunjukkan bahwa tingkat daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan berada pada kategori baik hingga sangat baik, dengan nilai daya tarik dan kejelasan termasuk dalam kategori baik, efisiensi termasuk dalam kategori sangat baik, dan ketepatan serta kebaruan termasuk dalam kategori di atas rata-rata.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi atau mengukur *User Experience Questionnaire* dari sistem e-learning di lingkungan universitas [10]. Pengukuran hasil menunjukkan bahwa skala daya tarik (*Attractiveness*) mencapai angka 0.87, kejelasan (*perspicuity*) mencapai angka 0.85, ketepatan (*Dependability*) mencapai angka 0.84, dan stimulasi (*Stimulation*) mencapai angka 0.84. Nilai-nilai pada skala-skala tersebut menunjukkan bahwa penilaian skala tersebut berada di atas rata-rata, sementara pada skala kebaruan (*Novelty*) mendapatkan nilai 0.29 sehingga penilaian skala kebaruan berada pada level yang kurang baik.

Fokus penelitian ini adalah pada tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi TikTok [11]. Dalam kajian ini, terdapat 26 pertanyaan yang terbagi dalam enam skala yaitu Daya Tarik, Efisiensi, Keterbacaan, Ketepatan, Stimulasi, dan Kebaruan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, skala Daya Tarik mencatat angka 1,31, Keterbacaan 1,34, Stimulasi 1,29, dan Kebaruan 0,85, yang semuanya masuk dalam kategori 'Di Atas Rata-Rata'. Di sisi lain, skala Efisiensi dengan angka 1,04 berada di bawah rata-rata, sedangkan Ketepatan dengan angka 0,40 dikategorikan sebagai 'Buruk'. Hasil ini menandakan bahwa ada kebutuhan untuk melakukan peningkatan pada aspek Efisiensi dan Ketepatan guna memperbaiki kualitas pelayanan bagi pengguna aplikasi TikTok. Dengan melakukan perbaikan pada kedua aspek tersebut, diharapkan pengalaman pengguna dapat ditingkatkan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Noor dkk.[6]	2022	Studi ini diarahkan untuk mengukur dampak dari kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi TIX ID terhadap proses pembelian tiket bioskop online. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami aspek <i>User Experience</i> yang paling relevan bagi pengguna, termasuk dalam segi kenyamanan, fungsionalitas, dan kemudahan dalam menggunakan fitur-fitur pendukung dari aplikasi TIX ID.	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Temuan dari studi ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi TIX ID memberikan kesan positif terhadap aplikasi tersebut, dengan evaluasi yang baik. Pengguna merasa bahwa aplikasi TIX ID memberikan pengalaman yang menyenangkan dan efektif dalam memesan tiket bioskop secara <i>online</i> , dengan aspek kebaruan mendapat penilaian tertinggi .
2	Kresnanto dkk.[7]	2020	Untuk mengevaluasi kualitas aplikasi RedDoorz dan Airy dalam pemesanan hotel menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) berdasarkan tanggapan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman pengguna, serta perbandingan kualitas antara kedua aplikasi tersebut.	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Hasil analisis menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) menunjukkan bahwa Airy mendapatkan skor yang lebih baik pada beberapa skala UEQ daripada RedDoorz. Penelitian ini memberikan gambaran tentang kualitas kedua aplikasi berdasarkan pengalaman pengguna dalam pemesanan hotel.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
3	Umar dkk.[8]	2020	Menganalisis pengalaman pengguna dalam menggunakan web LSP UAD melalui <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ), dengan fokus pada enam aspek: <i>Attractiveness</i> , <i>Efficiency</i> , <i>perspicuity</i> , <i>Dependability</i> , <i>Dependability</i> , dan <i>Novelty</i> , untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengguna, khususnya mahasiswa UAD .	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Hasil analisis menggunakan UEQ menunjukkan rata-rata impresi positif dari pengguna web LSP UAD. Skala kebaruan (<i>Novelty</i>) perlu ditingkatkan. Evaluasi dilakukan dengan data tools UEQ dalam format Excel untuk memperoleh informasi yang berguna dalam meningkatkan pengalaman pengguna.
4	Putra dkk.[9]	2021	Meningkatkan sistem informasi eksekutif yang ada dan meningkatkan kepuasan pengguna melalui analisis menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ).	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Temuan dari studi ini mengindikasikan bahwa analisis menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) pada Sistem Informasi Eksekutif memperoleh parameter stimulasi dan kebaruan dengan nilai " <i>Above Average</i> ". Rekomendasi pengembangan antarmuka pengguna diperlukan untuk meningkatkan sistem informasi eksekutif.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
5	Wulandari dkk.[10]	2018	Penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa merasakan dan berinteraksi dengan <i>Platform</i> e-learning yang ada, serta untuk mengidentifikasi area perbaikan guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna.	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Penelitian menemukan tingkat <i>User Experience</i> e-learning di Universitas XYZ di bawah rata-rata, perlu perancangan ulang berdasarkan evaluasi UEQ untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna dan keterlibatan mahasiswa dalam pembelajaran.
6	Herawati dkk. [11]	2022	Studi ini bertujuan untuk memproses data survei yang diperoleh dari partisipan yang berumur 18 tahun dengan menggunakan Alat Analisis Data (AAD) dan menganalisis <i>User Experience</i> Tiktok dengan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) untuk memberikan solusi analitis kepada pengembang Tiktok.	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tiktok memiliki penilaian baik dalam beberapa aspek <i>User Experience</i> , tetapi perlu peningkatan pada E-ciency dan <i>Dependability</i> . Saran penelitian mencakup pengembangan metode UX lainnya dan pertemuan langsung dengan responden untuk menjelaskan pertanyaan UEQ dengan lebih baik.

2.2. Dasar Teori

2.2.1. User Experience

User Experience (pengalaman pengguna) adalah hasil dari serangkaian interaksi kompleks antara pengguna dengan produk atau layanan yang memicu respons emosional dan fisik. Definisi ini mencakup koordinasi interaksi yang dapat dikendalikan, pengakuan terhadap interaksi yang di luar kendali, dan upaya untuk mengurangi interaksi negatif guna menciptakan pengalaman positif bagi pengguna[12].

Pentingnya memahami *User Experience* terletak pada kemampuannya untuk membentuk persepsi dan kepuasan pengguna yang pada gilirannya dapat memengaruhi loyalitas dan retensi pelanggan. Dalam konteks ini, desain produk atau layanan harus mempertimbangkan tidak hanya aspek fungsional, tetapi juga aspek-aspek emosional dan psikologis yang dapat memengaruhi interaksi pengguna. Pengalaman pengguna yang baik menciptakan ikatan positif antara pengguna dan produk, sehingga membangun kepercayaan dan meningkatkan peluang untuk mendapatkan umpan balik positif atau merekomendasi dari pengguna tersebut. Oleh karena itu, perusahaan dan desainer harus terus berupaya meningkatkan *User Experience* dengan memahami kebutuhan, harapan, dan preferensi pengguna secara mendalam[11].

2.2.2. Ojek Online

Ojek *Online*, atau lebih dikenal dengan sebutan "ojol," merupakan fenomena bisnis yang menggabungkan layanan transportasi dengan teknologi komunikasi berbasis data internet[13]. Melalui *Platform* aplikasi khusus, pengguna dapat dengan mudah memesan ojek untuk perjalanan mereka. Konsep ini memungkinkan penyedia jasa transportasi untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan layanan, sementara pengguna dapat menikmati akses yang lebih cepat dan efisien ke transportasi dalam kota. Fenomena ojek *online* mencerminkan pergeseran paradigma dalam industri transportasi, di mana teknologi menjadi pendorong utama perubahan dan meningkatkan konektivitas antarindividu serta mobilitas dalam kehidupan sehari-hari. Dengan popularitas yang terus meningkat, ojek *online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan perkotaan modern.

2.2.3. MAXIM

MAXIM merupakan sebuah perusahaan yang aktif di sektor transportasi *online*, menawarkan layanan yang menghubungkan pengemudi dengan penumpang melalui *Platform* digital[14]. Sebagai bagian dari fenomena ekonomi berbagi, MAXIM mengeksplorasi model bisnis yang memanfaatkan teknologi untuk menciptakan efisiensi dalam sistem transportasi. Melalui aplikasi khusus, pengguna dapat dengan mudah memesan layanan transportasi dari lokasi ke lokasi dengan cepat dan efisien. Selain memberikan kenyamanan dalam pergerakan sehari-hari, MAXIM juga memfokuskan perhatian pada keamanan penumpang dan kualitas pelayanan. Dengan menggunakan teknologi terkini, MAXIM melibatkan pengemudi yang terverifikasi dan memiliki rekam jejak yang baik, sehingga memberikan pengalaman perjalanan yang aman dan nyaman. MAXIM tidak hanya menjadi sarana transportasi alternatif, tetapi juga memainkan peran penting dalam ekonomi berbagi global. *Platform* ini tidak hanya menciptakan peluang pekerjaan bagi pengemudi, tetapi juga memberikan akses lebih luas kepada masyarakat terhadap solusi transportasi yang efisien.

Model bisnis transportasi *online* yang diusung oleh MAXIM mencerminkan transformasi fundamental dalam cara masyarakat mengakses dan menggunakan layanan transportasi. Dengan menggunakan teknologi digital, perusahaan ini tidak hanya menciptakan efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan konektivitas antar individu, mempercepat pertumbuhan ekonomi, dan membentuk landasan untuk masa depan transportasi yang lebih berkelanjutan dan terhubung secara digital. Dengan demikian, kehadiran MAXIM bukan hanya sebagai penyedia layanan transportasi, melainkan juga sebagai perwujudan dari evolusi signifikan dalam era transportasi modern yang terus berkembang[14]. *UEQ Data Analysis Tools* adalah sebuah aplikasi dalam bentuk excel. *UEQ Data Analysis Tools* ini mempunyai banyak fungsi yaitu diantaranya *result*, *confidence interval*, *answer distribution*, *scale consistency*, *benchmark*, *inconsistency*, *sample size*, dan *KPI calculation*. Fungsi *result* adalah menunjukkan hasil dari data yang telah dimasukkan kedalam sheet excel *UEQ Data Analysis Tools*. Fungsi *confidence interval* adalah untuk memaparkan nilai nilai dari *Mean*, standar deviasi dan *confidence interval* dari masing masing item pertanyaan. Fungsi *answer distribution* adalah untuk mengetahui jawaban responden per-item, perskala, dan peraspeknya. Fungsi *scale consistency* adalah untuk menghitung skala

benchmark adalah untuk mengetahui aplikasi yang akan diuji memiliki nilai baik atau buruk berdasarkan nilai aspeknya. Fungsi *inconsistency* adalah untuk melacak jawaban yang tidak konsisten.

2.2.4. User Experience Questionnaire

User Experience (UX), yang juga dikenal sebagai pengalaman pengguna, adalah kesan atau penilaian yang dibentuk oleh seseorang setelah interaksi dengan produk, sistem, atau layanan. Sulistiani menjelaskan bahwa UX meliputi emosi, perilaku, dan reaksi pengguna selama menggunakan suatu produk, sistem, atau layanan. Hal ini termasuk evaluasi pribadi mereka tentang keuntungan yang dirasakan serta kemudahan penggunaan yang dialami [15]. Beberapa metode telah dikembangkan untuk mengevaluasi UX, termasuk *Questionnaire for User Interaction Satisfaction (QUIS)*, *System Usability Scale (SUS)*, *Software Usability Measurement Inventory (SUMI)*, dan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Dibandingkan dengan metode lain, UEQ dianggap lebih efektif karena memberikan gambaran yang lebih luas mengenai pengalaman pengguna [16]. UEQ bertujuan untuk segera mengevaluasi seberapa baik pengalaman pengguna dengan produk. UEQ terdiri dari 6 skala yang mencakup 26 item, yang dikelompokkan sesuai dengan skala yang ada dalam UEQ [15]. Enam skala tersebut adalah sebagai berikut:

Daya Tarik (*Attractiveness*): Ini adalah persepsi keseluruhan yang dimiliki pengguna terhadap produk dan pengalaman mereka selama interaksi dengan produk itu. Apakah mereka merasa puas atau tidak dengan penggunaan atau pembelian produk. Misalnya, jika seseorang membeli pakaian diskon dan menemukan bahwa kualitasnya tidak memuaskan, ini bisa menurunkan keinginan mereka untuk melakukan pembelian ulang. Namun, jika pakaian diskon tersebut ternyata berkualitas tinggi, ini bisa menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian lagi karena mereka menganggapnya sebagai produk yang memiliki nilai.

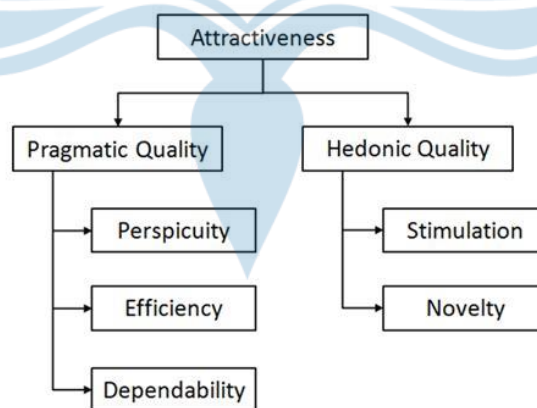
Efisiensi berkaitan dengan seberapa cepat dan mudah suatu produk dapat digunakan, sehingga memungkinkan pengguna untuk menuntaskan tugas-tugas mereka tanpa perlu mengeluarkan tenaga lebih. Misalnya, hal ini dapat diukur dari seberapa ringkas atau kompleks proses penggunaan produk tersebut.

Kejelasan mengacu pada seberapa intuitif dan mudah produk tersebut digunakan, yang memungkinkan pengguna untuk mengerti cara kerjanya tanpa kesulitan. Contohnya, ini menyangkut apakah produk tersebut dirancang dengan antarmuka yang user-friendly atau apakah memiliki proses yang kompleks.

Ketepatan berkaitan dengan tingkat kontrol yang dirasakan pengguna selama berinteraksi dengan produk, termasuk keamanan dan prediktabilitas dari interaksi tersebut. Hal ini juga melibatkan seberapa besar pengguna merasa mampu mengatur situasi menggunakan kontrol yang ada. Misalnya, hal ini dapat mencakup apakah interaksi dengan produk tersebut konsisten dan dapat diandalkan, serta apakah produk tersebut memfasilitasi penggunaan yang aman atau sebaliknya.

Stimulasi merujuk pada sejauh mana pengguna menganggap penggunaan produk menarik dan menyenangkan serta seberapa besar keinginan mereka untuk terus menggunakannya. Ini melibatkan pertimbangan apakah produk dianggap menguntungkan atau tidak, serta sejauh mana produk dianggap menarik atau tidak menarik.

Unsur kebaruan melibatkan pertanyaan seputar inovasi dan kreativitas desain produk, ini berkaitan dengan kemampuan produk untuk memikat minat pengguna dan tingkat di mana produk tersebut dianggap memperkenalkan fitur-fitur inovatif. Struktur skala UEQ dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Struktur Skala UEQ

Struktur skala UEQ yang terdiri dari dimensi *Attractiveness*, *Pragmatic Quality*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Hedonic Quality*, *Stimulation*, dan *Novelty* memberikan kerangka yang komprehensif untuk mengevaluasi pengalaman pengguna

terhadap produk atau sistem. *Attractiveness* mencerminkan daya tarik visual dan emosional, sementara *Pragmatic Quality* menilai kemanfaatan dan efektivitas fungsionalitasnya. *Perspicuity* mengukur kejelasan antarmuka, sementara *Efficiency* mengacu pada kecepatan dan kemudahan tugas. *Dependability* mengevaluasi ketepatan sistem, sedangkan *Hedonic Quality* menilai kepuasan dan kesenangan pengguna. *Stimulation* mengukur tingkat rangsangan kognitif atau emosional yang diberikan, sementara *Novelty* menilai kebaruan atau inovasi produk atau sistem tersebut. Setiap dimensi ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembang dalam memahami dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

