

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Noor dan Hadisaputro yang meneliti tentang *user experience* pada aplikasi TIX ID. Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut ditemukan 6 aspek berdasarkan metode *User Experience Questionnaire* telah terpenuhi. Dalam penelitian ini, responden diharapkan menanggapi 6 aspek penilaian yaitu daya Tarik, efisiensi, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan pada aplikasi TIX ID. Hasil yang didapatkan dari menganalisis pengalaman pengguna pada aplikasi TIX ID memperlihatkan tanggapan yang positif dari responden [7].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Indriyana, dkk. Penelitian tersebut ditujukan untuk mengetahui kepuasan pengguna terhadap fitur-fitur LinkedIn yang selama ini digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *User Experience Questionnaire* dengan pendekatan campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif yang digunakan bersamaan. Peneliti membagikan kuesioner dengan cara menyebarkan ke media social mendapatkan responden berjumlah 35 orang. Hasil yang diperoleh dari keenam aspek dari metode UEQ yaitu daya Tarik (1.25), efisiensi (1.23), ketepatan (1.16), stimulasi (1.48), dan kebaruan (0.99) [8].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Adinegoro, dkk. Tujuan penelitian adalah untuk membandingkan *website* dari 3 *e-commerce* dengan tahapan bisnis yang serupa yaitu *website* dari Lazada.co.id, Blibli.com, dan JD.id. Pengujian dilakukan dengan dua metode yaitu objektif yang dilakukan secara langsung kepada 10 responden dan metode kedua menggunakan kuesioner yang memiliki 6 skala yang diberikan kepada 20 responden. Hasil dari analisis tersebut memperlihatkan jika *website* dari Blibli.com mempunyai keunggulan yang melebihi dari *website* Lazada.co.id dan JD.id [9].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Khuntari membahas tentang analisis pengguna aplikasi gojek dan grab dengan metode *User Experience Questionnaire*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengalaman pengguna saat menggunakan dua aplikasi tersebut. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari analisis memperlihatkan kedua aplikasi memiliki hasil yang sama positif dan tidak memiliki perbedaan yang jelas untuk setiap variabelnya [10].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rohmah dan Ary yang membahas Analisis pengalaman pengguna aplikasi pinjaman *online*. Metode yang digunakan yaitu usability testing dengan teknik uji *system usability scale* (SUS), dan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Tujuan dari penelitian adalah untuk membandingkan 2 aplikasi pinjaman *online* mulai dengan tingkat kepuasan dari pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi dan mengetahui kegunaan dari aplikasi Akulaku dan Kredivo. Hasil pengujian menggunakan SUS memperoleh hasil tidak jauh berbeda yaitu Akulaku sebesar 59 dan Kredivo sebesar 56. Sedangkan hasil dari pengujian UEQ untuk 6 skala pada aplikasi Akulaku sebesar (0.91, 0.39, 0.45, 0.76, 0.74, 0.22) dan Kredivo sebesar (0.69, 0.44, 0.62, 0.07, 0.81, 0,27) [11].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Choirunisa dan Ryansyah. Penelitian tersebut ditujukan untuk mengetahui pengalaman terhadap aplikasi tiket bioskop online. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *User Experience Questionnaire*. Hasil evaluasi *User Experience* pada aplikasi TIX ID dengan menggunakan statistik deskriptif pada setiap variabel pengukuran *User Experience* dengan UEQ dan mendapatkan hasil rata-rata yang positif, yaitu pada aspek Daya Tarik (2,176), Kejelasan (1,150), Efisiensi (2,176), Ketepatan (2,082), Stimulasi (2,075), dan Kebaruan (1,821). Hasil evaluasi *User Experience* pada aplikasi M-Tix dengan menggunakan statistik deskriptif pada setiap variabel pengukuran *User Experience* dengan UEQ dan mendapatkan hasil rata-rata yang positif, yaitu pada aspek Daya Tarik (1,786), Kejelasan (0,991), Efisiensi (1,920), Ketepatan (1,723), Stimulasi (1,402), dan Kebaruan (1,277) [1].

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Tahun	Metode	Hasil/Kesimpulan
1.	Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi TIX ID Menggunakan Metode User Experience Questionnaire	Auliya Noor, Elvin Leander Hadisaputro	2022	Metode User Experience Questionnaire	Hasil pengujian menggunakan SUS memperoleh hasil tidak jauh berbeda yaitu Akulaku sebesar 59 dan Kredivo sebesar 56. Sedangkan hasil dari pengujian UEQ untuk 6 skala pada aplikasi Akulaku sebesar (0.91, 0.39, 0.45, 0.76, 0.74, 0.22) dan Kredivo sebesar (0.69, 0.44, 0.62, 0.07, 0.81, 0,27).
2.	Analisis User Experience pada Platform LinkedIn menggunakan Metode User Experience Questionnaire	Siti Indriyana, Tasyifa Nafsiah Muthmainah, Azhari Ali Ridha	2023	Metode User Experience Questionnaire	Hasil yang diperoleh dari keenam aspek dari metode UEQ yaitu daya Tarik (1.25), efisiensi (1.23), ketepatan (1.16), stimulasi (1.48), dan kebaruan (0.99).

No	Judul	Penulis	Tahun	Metode	Hasil/Kesimpulan
3.	Analisis Pengalaman Pengguna pada Website E-commerce dengan Menggunakan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi pada Lazada.co.id, Blibli.com dan JD.id)	Ahmad Luthfi Teguh Adinegoro, Retno Indah Rokhmawati, Hanifah Muslimah Az-Zahra	2018	Metode Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ)	Hasil dari analisis tersebut memperlihatkan bahwa website dari Blibli.com mempunyai keunggulan lebih dari website Lazada.co.id dan JD.id.
4.	Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire	Diana Khuntari	2022	Metode User Experience Questionnaire (UEQ)	Hasil dari analisis memperlihatkan kedua aplikasi memiliki hasil yang sama positif dan tidak memiliki perbedaan yang jelas untuk setiap variabelnya.

No	Judul	Penulis	Tahun	Metode	Hasil/Kesimpulan
5.	Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Pinjaman Online Menggunakan Metode <i>Usability Testing</i> dan <i>User Experience Questionnaire</i> (Studi kasus: pada Akulaku dan Kredivo Indonesia)	Siti Rohmah, Maxi Ary	2021	Metode <i>Usability Testing</i> dan <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i>	Hasil pengujian menggunakan SUS memperoleh hasil tidak jauh berbeda yaitu Akulaku sebesar 59 dan Kredivo sebesar 56. Sedangkan hasil dari pengujian UEQ untuk 6 skala pada aplikasi Akulaku sebesar (0.91, 0.39, 0.45, 0.76, 0.74, 0.22) dan Kredivo sebesar (0.69, 0.44, 0.62, 0.07, 0.81, 0,27).

No	Judul	Penulis	Tahun	Metode	Hasil/Kesimpulan
6.	<i>Experience Evaluation of Online Cinema Ticket Applications with User Experience Questionnaire</i>	Yasmin Nur Choirunisa, Muhamad Ryansyah	2023	<i>User Experience Questionnaire</i>	Results of the User Experience evaluation on the Tix ID application with using descriptive statistics on each variable measuring user experience with UEQ gets positive results, namely the variables Attractiveness (Mean = 2.176), Perspicuity (Mean = 1.150), efficiency (Mean = 2.176), Dependability (Mean = 2.082), Stimulation (Mean = 2.075), and Novelty (Mean = 1.821). User Experience evaluation results on the Mtix application using descriptive statistics on each variable that measures users experience with UEQ obtained positive results, namely variable Attractiveness (Mean = 1.786), Perspicuity (Mean = 0.991), efficiency (Mean = 1.920), Dependability (Mean = 1.723), Stimulation (Mean = 1.402), and Novelty (Mean = 1.277).

2.2. Dasar Teori

2.2.1. User Experience

User Experience adalah bagaimana perilaku pengguna dalam berinteraksi dengan sebuah aplikasi atau layanan yang menyesuaikan dengan pemikiran dan pandangan pengguna. Pada fase awal pengembangan produk, UX harus dipertimbangkan untuk eksplorasi agar memenuhi kebutuhan pengguna. Perancangan sebuah perangkat lunak atau perangkat keras dapat menjadikan *User Experience* sebagai acuan. Tingkat *User Experience* dapat dikatakan rendah jika tanpa pandangan pengguna yang merasakan atau berinteraksi dengan sistem. Perancangan untuk UX terus mengalami peningkatan sehingga membuat pengalaman yang berbeda antara satu perangkat dengan yang lainnya. Maka sebuah *User Experience* dapat diukur keberhasilannya jika sesuai dengan keinginan pengguna [12].

2.2.2. TIX ID

Aplikasi TIX ID adalah aplikasi pemesanan tiket yang secara *online* dan bekerja sama dengan Perusahaan bioskop di Indonesia yaitu XXI, CGV, dan Cinapolis. TIX ID merupakan aplikasi yang hadir pada 21 Maret 2018 oleh PT Nusantara Elang Sejahtera. Aplikasi DANA menjadi layanan pembayaran pada aplikasi TIX ID. Dengan aplikasi TIX ID pembelian tiket dapat lebih mudah karena terdapat informasi seputar film yang akan tayang, mulai dari jam penayangan, voucher, dan penjelasan film. Aplikasi TIX ID masuk dalam aplikasi peringkat tertinggi dengan jumlah pengunduhan terbanyak dari aplikasi serupa. Aplikasi TIX ID masuk dalam topik populer di berbagai kota [13].

2.2.3. M-TIX

Aplikasi M-TIX merupakan aplikasi mobile pada android yang diciptakan oleh Cinema 21 atau XXI sejak tahun 2015. M-Tix menyediakan layanan pembelian tiket secara *online* dan membuat

lebih efisien waktu. Di awal peluncuran, M-Tix memiliki tiga cara pemesanan tiket bioskop yaitu melalui *website* dengan cara memilih film, waktu dan bangku yang diinginkan, melalui *call center* dengan melakukan panggilan, dan melalui sms ke nomor tujuan. Pada aplikasi M-TIX untuk pembayaran dapat menggunakan beberapa metode seperti *Virtual Account* Mandiri, Gopay, Sakuku, Allo Bank, M-TIX Point. Di tahun 2017 M-Tix dikembangkan menjadi aplikasi dan untuk mengaksesnya konsumen hanya perlu mengisi data diri dan mencantumkan kontak yang dimiliki [14].

2.2.4. User Experience Questionnaire

User Experience Questionnaire adalah sebuah alat ukur atau cara untuk mengetahui *User Experience* dengan menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk lebih memudahkan dalam penelitian secara sederhana. Metode *User Experience* memiliki 6 aspek penilaian yaitu sebagai berikut:

2.2.4.1. Daya Tarik

Daya tarik merupakan kesan umum terhadap sebuah atau aplikasi secara keseluruhan. Beberapa komponen yang mempengaruhi daya tarik antara lain, kenyamanan, kemudahan penggunaan, dan rasa bahagia. Daya tarik juga dapat dilihat dari visual atau tampilan sebuah aplikasi yang unik.

2.2.4.2. Kejelasan

Aspek kejelasan merupakan kemudahan penggunaan aplikasi yang tidak membingungkan atau menyulitkan pengguna. Hal-hal yang meliputi aspek kejelasan adalah petunjuk atau cara memahami fitur yang diberikan.

2.2.4.3. Efisiensi

Aspek efisiensi merupakan kecepatan dalam penggunaan aplikasi, sehingga pengguna tidak perlu usaha yang besar untuk menggunakannya. Hal-hal yang meliputi aspek efisiensi antara lain respon atau tingkat kecepatan sistem. Respon sistem yang baik adalah dengan menghasilkan informasi yang tepat waktu.

2.2.4.4. Ketepatan

Aspek ketepatan yaitu bagaimana pengguna mengontrol atau memprediksi penggunaan produk. Hal-hal yang meliputi aspek ketepatan adalah stabilitas sistem, yang dimana sistem tetap dalam kondisi yang sesuai dengan batas operasinya.

2.2.4.5. Stimulasi

Aspek stimulasi merupakan aspek yang membuat pengguna merasakan manfaat, sehingga memotivasi pengguna untuk menggunakan aplikasi. Stimulasi membuat pengguna tetap tertarik menggunakan aplikasi dilihat dari keterlibatannya.

2.2.4.6. Kebaruan

Aspek kebaruan merupakan inovasi atau kreativitas yang diberikan oleh aplikasi. Kebaruan menawarkan hal baru terhadap pengguna pada sistem, seperti fitur aplikasi baru atau tampilan pada aplikasi yang unik dan berbeda dari sistem lainnya [15].