

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Sebelumnya

Studi sebelumnya dilakukan Rohmah et al[5]. Penelitian ini terkait dengan perbandingan tingkat kegunaan (*usability*) dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dari dua aplikasi pinjaman online, akulaku dan kredivo. Penelitian ini menggunakan *user testing* dan *user experience questionnaire* untuk mengumpulkan data dari pengguna aplikasi tersebut di daerah garut. Selain itu, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi validasi dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian, serta untuk menunjukkan pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap kegunaan dan kepuasan pengguna.

Agustina et al[6]. Melakukan penelitian ini mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi LinkAja di Jawa Tengah menggunakan UEQ. Hasilnya menunjukkan aspek *Dependability*, *Efficiency*, *Perspiciuity*, *Stimulation*, dan *Attractiveness* dinilai positif, sementara aspek *Novelty* dinilai netral. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan perbaikan terutama pada aspek *Novelty* dan *Stimulation* guna meningkatkan kesan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Penelitian ini berhasil mengevaluasi aplikasi LinkAja menggunakan metode UEQ dan menunjukkan hasil yang dapat digunakan untuk pengembangan lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini mencatat bahwa beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan metode UEQ untuk mengevaluasi pengalaman pengguna pada berbagai aplikasi dan platform lainnya.

Khuntari[7]melakukan penelitian terhadap aplikasi Gojek dan Grab di Yogyakarta, dengan hasil bahwa kedua aplikasi mendapat respon positif dari pengguna. Terdapat perbedaan dalam variabel *Perspiciuity* dan *Novelty* antara kedua aplikasi. Analisis data menunjukkan konsistensi tinggi dalam skala

pengukuran. Uji T-Test tidak menunjukkan perbedaan signifikan antara kedua aplikasi.

Alawiyah et al. Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengalaman pengguna aplikasi Shopee menggunakan kuesioner UEQ. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengguna memberikan kesan positif terhadap aplikasi Shopee, meskipun terdapat area-area yang perlu ditingkatkan seperti stimulasi dan kebaruan. Evaluasi positif ditemukan pada aspek-aspek kejelasan, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan. Seluruh aspek pengalaman pengguna mendapat nilai di atas 0,8, menunjukkan evaluasi yang baik. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengguna dan perusahaan untuk meningkatkan kualitas aplikasi Shopee[8].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sari et al. Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur pembayaran Shopee PayLater memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan belanja online mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. Mahasiswa menggunakan fitur pembayaran Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan belanja online mereka. Kepercayaan belanja online mencakup aspek kehandalan, kejujuran, dan kepedulian perusahaan dalam memberikan produk dan layanan kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini membahas tentang jenis-jenis bisnis *e-commerce*, penggunaan fitur paylater di Shopee, cara mengaktifkan Shopee PayLater, cara belanja di Shopee, fakta tentang cicilan Shopee PayLater, dan modus penipuan online shop[10].

Perbandingan studi sebelumnya dijelaskan pada Tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2.1 Perbandingan Studi Sebelumnya.

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Rohmah et al[5].	2021	Membandingkan tingkat kegunaan dan kepuasan pengguna dari dua aplikasi pinjaman online.	<i>Usability testing, User Experience Questionnaire.</i>	Keputusan menunjukkan bahwa hipotesis nol (H0) untuk kedua aplikasi ditolak dan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kegunaan dan kepuasan pengguna.
2	Agustina et al[6].	2022	Mengevaluasi berbagai aspek pengalaman pengguna terhadap aplikasi linkAja.	<i>User Experience Questionnaire.</i>	Menunjukkan aspek <i>Dependability, Efficiency, Perspicuity, Stimulation,</i> dan <i>Attractiveness</i> dinilai positif, sementara aspek <i>Novelty</i> dinilai netral.
3	Khuntari[7].	2022	Menganalisis pengalaman pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Yogyakarta menggunakan pendekatan <i>User Experience Questionnaire</i> , serta mengevaluasi respon pengguna terhadap kedua aplikasi.	<i>User Experience Questionnaire.</i>	Menunjukkan bahwa pengalaman pengguna aplikasi Gojek dan Grab di D.I Yogyakarta mendapatkan respon positif dari pengguna, dengan penilaian tertinggi pada aspek kejelasan dan efisiensi. Uji t-test tidak menunjukkan perbedaan signifikan antara kedua aplikasi untuk semua variabel yang diuji. Meskipun aplikasi Gojek memiliki nilai lebih tinggi dalam hal kejelasan dan kebaruan, aplikasi Grab unggul dalam efisiensi, keandalan, dan

					stimulasi. Terdapat dua variabel, yaitu kejelasan dan keandalan, yang perlu ditingkatkan dalam pengalaman pengguna kedua aplikasi tersebut.
4	Alawiyah et al[8].	2022	Mengevaluasi pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Shopee, serta mengidentifikasi aspek-aspek dari pengalaman pengguna.	<i>User Experience Questionnaire.</i>	Menunjukkan kesan positif pengguna terhadap aplikasi Shopee. Meskipun terdapat aspek yang perlu ditingkatkan seperti stimulasi dan kebaruan. Evaluasi positif ditemukan pada aspek-aspek kejelasan, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan. Seluruh aspek pengalaman pengguna mendapat nilai di atas 0,8, menunjukkan evaluasi yang baik pada aplikasi shopee.
5	Sari et al[9].	2023	Studi tentang dampak fitur pembayaran Shopee PayLater dalam platform e-commerce Shopee terhadap kepercayaan belanja online di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu.	Kuantitatif dengan pendekatan survei.	Fitur pembayaran Shopee PayLater memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan belanja online mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Aplikasi Shopee

Shopee adalah salah satu aplikasi e-commerce terkenal di Asia Tenggara, terutama di Indonesia. Dari produk fashion hingga produk kebutuhan sehari-hari, Shopee memiliki banyak fitur penawaran yang menarik. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile yang mendukung aktivitas belanja mudah dengan menyediakan berbagai promosi dan diskon menarik. Selain itu, pengguna dapat dengan mudah mencari dan mencari produk yang mereka inginkan, melihat deskripsi dan review produk, membandingkan harga, dan melacak status pengiriman barang[10].

2.2.2 Layanan SPaylater

Produk layanan pinjaman yang disediakan oleh PT Commerce Finance dan pihak lain yang bekerja sama dengan PT Commerce Finance untuk memberikan pinjaman kepada pengguna. PT Commerce Finance diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Fitur SPaylater seperti kartu kredit ini dapat membantu pengguna yang tidak memiliki cukup dana saat berbelanja. Namun tidak semua pengguna bisa mengaktifkan fitur ini, terdapat syarat dan ketentuan untuk mengaktifkannya. Shopee akan memverifikasi permintaan aktivasi 2 x 24 jam. Setelah berhasil mengaktifkan SPaylater, pengguna dapat memilih tanggal pembayaran yang tersedia pada tanggal 15 dan 25. SPaylater juga menawarkan sistem pembayaran dengan cicilan 3x, 6x dan 12x[11].

2.2.3 User Experience

User Experience adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan keseluruhan pengalaman ketika berinteraksi dengan produk atau layanan. Fokus utama pengalaman pengguna adalah menciptakan pengalaman positif dan memuaskan bagi pengguna dengan

memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan mereka. Analisis persyaratan membantu mengidentifikasi persyaratan penting yang harus dipenuhi dalam desain produk. Pembuatan prototipe memungkinkan pengujian desain berulang sebelum mengembangkan produk akhir sehingga masukan pengguna dapat segera disesuaikan. Implementasi pengguna memastikan bahwa produk akhir memenuhi harapan dan preferensi pengguna. Selama proses desain pengalaman pengguna, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti navigasi, keandalan, dan estetika visual untuk menciptakan antarmuka yang menarik dan mudah digunakan. Prinsip desain seperti kesederhanaan, visibilitas harus diterapkan untuk memastikan bahwa produk mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna[12].

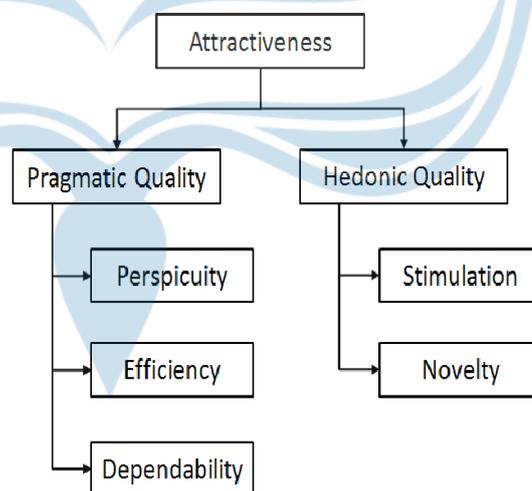
2.2.4 User Experience Questionnaire

User Experience Questionnaire merupakan alat ukur menggunakan kuesioner untuk mengevaluasi tingkat pengalaman pengguna terhadap suatu produk atau sistem. Alat ini dikembangkan dengan tujuan untuk menggambarkan kualitas pengalaman pengguna dengan menggunakan 6 skala masing-masing yang berisi[13].

- a. Daya Tarik (*Attractiveness*): Untuk mengukur kesan keseluruhan terhadap suatu produk. Apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai fitur SPaylater[14].
- b. Kejelasan (*Perspicuity*): Untuk mengukur kejelasan penggunaan suatu produk atau layanan. Pengguna merasa fitur SPaylater memiliki antarmuka pengguna yang jelas dan mudah dipahami[14].
- c. Efisien (*Efficiency*): Mengukur sejauh mana suatu produk atau layanan dapat digunakan secara efektif, sehingga pengguna

merasa bahwa produk membuatnya mudah dan berguna untuk menyelesaikan tugas dengan cepat dan tanpa mengeluarkan usaha yang besar[14].

- d. Ketepatan (*Dependability*): Mengontrol interaksi pengguna fitur SPaylater. Apakah pengguna merasa produk atau layanan bekerja dengan baik dan dapat diandalkan[14].
- e. Stimulasi (*Stimulation*): Mengukur sejauh mana produk tersebut menarik dan antusias pengguna dalam menggunakan produk atau layanan tersebut[14]
- f. Kebaruan (*Novelty*): Mengacu dengan apakah desain produk tersebut inovatif dan kreatif dan apakah produk atau layanan tersebut dapat menarik perhatian pengguna[14]. Berikut gambar 2.1 struktur dari skala UEQ.



Gambar 2.1 Struktur Skala UEQ.

Daya tarik merupakan skala yang tidak termasuk dalam kualitas apapun, namun skala ini dipengaruhi oleh kualitas praktis dan hedonis. Daya tarik mengacu pada aspek positif yang tidak

berhubungan langsung dengan kualitas produk. Kemudian Kualitas pragmatis meliputi kejelasan, efisien yang fokus pada tujuan dari penggunaan produk. Selanjutnya kualitas hedonis meliputi stimulasi dan kebaruan berupa aspek non-teknis karena aspek ini menilai kesenangan pengguna dalam menggunakan sistem[15].

