

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penilaian pengalaman pengguna dan penilaian menggunakan *User Experience Questionnaire* (ESQ) antara lain sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Luthfi dkk. (2018) pada penelitian yang berjudul “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)”. Hasil penelitian berupa pengujian secara objektif melalui pengujian skenario dan kuesioner UEQ menunjukkan nilai keberhasilan cukup tinggi diperoleh responden meskipun mereka baru pertama kali menggunakan ketiga *website* yang diujikan. Hasil analisis subjektif diperoleh bahwa terdapat permasalahan yang diperoleh dari pemetaan FGD dan wawancara pengalaman tugas skenario dari ketiga *website* yang diujikan. Permasalahan yang ada antara lain Lazada.co.id pada aspek daya tarik, efisiensi, dan ketepatan; pada Blibli.com pada aspek efisiensi dan stimulasi; sedangkan pada JD.id pada aspek efisiensi dan stimulasi. Perbandingan dari pengujian skenario dan kuesioner UEQ pada ketiga *website* yang diuji diperoleh hasil pada pengujian skenario menunjukkan hasil pengujian pada faktor efisiensi *website* Blibli.com dapat dikatakan lebih efisien dibanding kedua *website* lainnya. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian *Number of Clicks During Task Completion website* Blibli.com

mendapatkan hasil yang lebih baik dibanding lainnya. Pada faktor efektivitas *website* JD.id lebih unggul dari kedua *website* lainnya, hal ini dikarenakan hasil pengujian *Error During Task Performace* JD.id mendapatkan hasil yang paling baik. Pada faktor kepuasan pengguna (*Satisfaction*) *website* Blibli.com mendapatkan hasil yang paling baik dari pada yang lainnya. Berdasarkan hasil kuesioner UEQ menunjukkan jika persepsi responden lebih tinggi kepada *website* Blibli.com dibandingkan kedua *website* lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil perbandingan nilai ketiga *website* dimana *website* Blibli.com lebih unggul pada 4 skala yaitu Daya Tarik (*Attractiveness*), Ketepatan (*Dependability*), Stimulasi (*Stimulation*), Kebaruan (*Novelty*). Sedangkan pada *website* Lazada.co.id hanya unggul pada skala Efisiensi (*Efficiency*) dan Kejelasan (*Perspicuity*). Dari hasil pengujian skenario dan kuesioner UEQ tersebut dapat disimpulkan bahwa *website* Blibli.com lebih unggul dibandingkan dengan Lazada.co.id dan juga JD.id.

Penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2018) dengan penelitian yang berjudul “Analisis Pengalaman Pengguna (*User Experience*) *Enterprise Resource Planning* (ERP) menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) (Studi Kasus: SAP Modul Sales & Distribution, Material Management, Financial Accounting)”. Hasil penelitian berupa ketiga modul (SAP, MM, dan FICO) mendapat evaluasi yang cenderung positif dan netral. Dari satu perusahaan didapatkan bahwa untuk modul MM mendapatkan evaluasi penilaian pengalaman yang cenderung netral dan positif, sedangkan FICO sangat banyak yang positif tetapi ada yang negatif. Terdapat perbedaan signifikan untuk penilaian pengalaman pengguna antar perusahaan sejenis dikarenakan perbedaan waktu

pengimplementasian SAP. Berdasarkan kategori umur, semakin tua nilai dari variabel dependabilitynya semakin turun, semakin tua terjadi fluktuasi naik turun untuk nilai dari variabel attractiveness, efficiency, dependability, dan novelty, dan semakin tua nilai variabel stimulationnya semakin naik. Berdasarkan kategori lama penggunaan SAP semakin menggunakan keenam variabel pengukur pengalaman pengguna mengalami kenaikan kecuali untuk variabel novelty mengalami fluktuasi naik turun nilai. Berdasarkan kategori lama pelatihan semakin lama pelatihan SAP yang dilakukan nilai dari variabel *efficiency*, *dependability* meningkat. Terjadi fluktuasi naik turun nilai pada variabel *novelty*, *perspicuity*, dan *attractiveness*, *stimulation*. Secara keseluruhan variabel mendapatkan evaluasi netral dan positif.

Penelitian dari Aisyura (2019) dengan judul Skripsi “Analisis *User Experience* sebagai Kerangka Acuan untuk Mengukur Kepuasan Pengguna pada Aplikasi *Mobile Whatsapp* (Studi Kasus pada Mahasiswa PTI FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH)” diperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel nilai (X1) terhadap kepuasan pengguna aplikasi (Y) *whatsapp* pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kemampuan beradaptasi (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi *whatsapp* pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry, variabel keinginan (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi *whatsapp* pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry, dan variabel kegunaan (X4) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi *whatsapp* pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry. Serta, terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel nilai (X1), kemampuan beradaptasi (X2), keinginan (X3), dan kegunaan (X4) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi *whatsapp* pada

mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry secara keseluruhan. Sehingga variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi *whatsapp* adalah variabel kegunaan (X4) dengan nilai SE sebesar 18,7% dan variabel kemampuan beradaptasi (X2) dengan nilai SE sebesar 13,8%, yang keduanya merupakan bagian dari gabungan nilai sebesar 38,9% (total pengaruh kepuasan pengguna aplikasi *whatsapp* pada mahasiswa PTI UIN Ar-Raniry).

Penelitian yang dilakukan oleh Umar dkk. (2020) dengan judul penelitian “Analisis Sistem Informasi Web LSP UAD menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)” diperoleh hasil penelitian yang berupa analisis *user* menggunakan UEQ mempengaruhi kepuasan pengguna pada saat menggunakan sistem. Pada rata-rata impresi skala kejelasan memperoleh nilai yang tinggi dan skala kebaruan memperoleh hasil yang masih berada di bawah skala lainnya. Pada data set *benchmark* sebagai perbandingan data 246 dari set *benchmark* UEQ pada skala efisiensi memperoleh nilai tertinggi dan pada skala kebaruan memperoleh nilai di bawah skala lainnya. Pada level *User Experience* daya tarik dan efisiensi didapat nilai *Good*, pada skala kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan mendapat nilai *Above Average* (di atas rata-rata).

Penelitian dari Riche dan Riche & Marpaung (2021) dengan penelitian yang berjudul “Evaluasi Pengalaman Pengguna dengan Menggunakan *User Experience Questionnaire* Perpustakaan Digital”. Hasil penelitian berupa skala UEQ dapat dikelompokkan menjadi kualitas pragmatis (*Perspicuity, Efficiency, Dependability*) dan kualitas hedonis (*Stimulation, Originality*). Kualitas pragmatis menggambarkan aspek kualitas yang terkait dengan tugas, kualitas hedonis, dan

aspek kualitas yang tidak terkait dengan tugas. Nilai rerata yang diperoleh dari hasil olah data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa daya tarik yang ada besarnya nilai adalah 1,28, untuk kualitas pragmatis didapatkan nilai 1,22 dan nilai yang terakhir adalah untuk kualitas hedonis didapatkan nilai 0,99. Berdasarkan nilai yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa semua item yang diukur pada penelitian ini bernilai baik atau positif atau dengan kata lain perpustakaan digital STMIK Mikroskil memiliki impresi positif dari seluruh skala yaitu, daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi dan kebaruan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyaningsih & Ramadhani (2021) dengan penelitian yang berjudul “Analisa *User Experience* pada *TFME Interactive Learning Media* menggunakan *User Experience Questionnaire*” dengan hasil penelitian berupa *TFME Interactive Learning Media* dapat menjadi media pembelajaran untuk mahasiswa dari Program Studi Teknik Elektronika dan Teknik Elektronika Manufaktur. Selain itu, kualitas pengalaman pengguna terhadap *TFME Interactive Learning Media* menggunakan *User Experience Questionnaire* dapat diketahui bahwa media pembelajaran tersebut memiliki 6 aspek UEQ yang mendapatkan nilai rata-rata lebih dari 0,8 ($> 0,8$) yaitu aspek daya tarik (1,23), kejelasan (1,09), efisiensi (1,15), ketepatan (1,18), stimulasi (1,20) dan kebaruan (1,03).

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Kuesioner	Fokus dan Tujuan Penelitian	Keterangan
1	Luthfi dkk. (2018)	Ya	Menggunakan analisis <i>usability testing</i> dan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) pada Lazada.co.id, Blibli.com, dan JD.id dengan metode FGD dan SUS	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>

Lanjutan Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Kuesioner	Fokus dan Tujuan Penelitian	Keterangan
2	Simanjuntak (2018)	Ya	Membandingkan tingkat pengalaman pengguna antar perusahaan	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>
3	Aisyura (2019)	Ya	Menganalisis pengaruh variabel <i>value, Desirability, adoptability</i> dan <i>usability</i> terhadap kepuasan pengguna <i>whatsapp</i>	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>
4	Umar dkk. (2020)	Ya	Menganalisis <i>level experience</i> pada pengguna web LSP UAD	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>
5	Riche & Marpaung (2021)	Ya	Mengevaluasi pengalaman pengguna pada perpustakaan digital STMIK Mikroskil	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>
6	Prasetyaningsih & Ramadhani (2021)	Ya	Membuat <i>TFME Interactive Learning Media</i> menjadi pembelajaran interaktif dan mengetahui kualitas pengamalan pengguna <i>TFME Interactive Learning Media</i>	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>
7.	Hanifiansah (2023)	Ya	Analisis dan evaluasi pengalaman pengguna pada <i>website</i> Necta Digital Media	Menggunakan alat uji <i>User Experience Questionnaire</i>

2.2. Dasar Teori

2.2.1. Website

Website adalah kumpulan dari beberapa halaman *web* dimana didalamnya berisi informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain-lain yang dipersentasikan dalam bentuk *hypertext* dan dapat diakses oleh perangkat lunak yang disebut *browser*. Didalam *website* terdapat satu halaman yang disebut dengan sebutan *homepage*. *Homepage* merupakan sebuah halaman yang dilihat pertama kali ketika seseorang mengunjungi sebuah *website*. Informasi pada sebuah *website* pada umumnya di tulis dalam format HTML. Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis (dalam format GIF, JPG, PNG, dan lain-lain), suara (dalam format

AU, WAV, dll), dan objek multimedia lainnya (seperti MIDI, *Shockwave Quicktime Movie*, *3D World*, dan lain-lain).

Website adalah sebuah kumpulan halaman *web* yang dimana halaman *web* tersebut saling terhubung dan file-filenya saling terkait. Dalam *Website* terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas dengan halaman terkait berada di bawahnya. Halaman yang berada di bawah *homepage* disebut *child page* yang berisi *hyperlink* yang menuju ke halaman lain dalam *web*.

Website merupakan sebuah fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Pada *website* dokumen dikenal dengan *web page*, dan *link* dalam *website* memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu *page* ke *page* lain (*hyper text*), baik diantara *page* yang disimpan dalam server yang sama maupun server diseluruh dunia. *Pages* akan diakses dan dibaca melalui *browser* seperti *Netscape Navigator* atau *Internet Explorer* berbagai aplikasi *browser* lainnya.

Website adalah sebuah kumpulan dokumen yang dipublikasikan melalui jaringan internet maupun intranet sehingga *user* dapat mengaksesnya melalui *web browser*. Jenis-Jenis *Website* secara garis besar, *website* dapat dikategorikan menjadi 3 jenis yaitu:

1. *Website Statis*: *web* yang mempunyai halaman yang tetap atau tidak berubah.

Untuk dapat melakukan perubahan pada suatu halaman harus dilakukan secara manual, dengan cara mengubah kode yang menjadi struktur dari *website* tersebut.

2. *Website* Dinamis: *website* dengan struktur yang memungkinkan untuk diperbaharui sesering mungkin. Biasanya selain halaman utama yang bisa diakses oleh user pada umumnya, juga disediakan halaman *back end* untuk dapat mengubah konten dari *website*. Contoh umum mengenai sebuah *website* dinamis adalah *web* berita atau *web* portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, *polling* dan sebagainya.
3. *Website* Interaktif: *User* dapat berinteraksi dan beradu argumen pada *website* ini mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Dalam *website* ini memiliki moderator untuk mengatur dan mengarahkan agar topik yang dibahas tidak keluar jalur.

2.2.2. *User Experience*

Pengalaman Pengguna (*User Experience*) merupakan sebuah persepsi dan respon yang diberikan pengguna sebagai reaksi dari penggunaan sebuah produk, sistem atau *service*. Pengalaman pengguna ialah bagaimana merasakan sebuah kesenangan dan kepuasan pada saat menggunakan suatu produk, dengan melihat atau memegang produk tersebut.

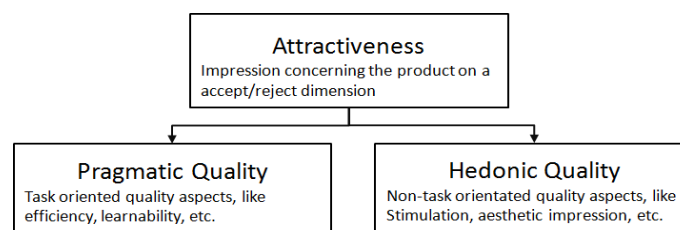
1. *Elemen User Experience*

Elemen *user experience* menurut Hassenzahl & Tractinsky (2006) dalam penelitiannya dibagi menjadi dua model yakni model *pragmatic* dan *hedonic* yang terdiri dari lima bagian, yaitu:

- a. *Utility* didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menyediakan fungsi yang diperlukan untuk melakukan suatu tugas(*pragmatic*).
- b. *Usability* didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menyediakan fungsi secara mudah dan efisien (*pragmatic*).
- c. *Stimulation* didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memberikan kejutan untuk menarik rasa tertarik dan menyediakan kesempatan untuk menyempurnakan pengetahuan dan skill (*hedonic*).
- d. *Beauty* didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menimbulkan rasa keindahan (*hedonic*).
- e. *Communication identity* didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyampaikan simbol-simbol yang relevan dengan hal lain (*hedonic*).

Menurut Hinderks dkk. (2019) dalam penelitiannya menjelaskan mengenai *pragmatic* sesuai dengan uraian yang sudah dijabarkan sebelumnya adalah adalah seberapa sederhana, praktis, dan jelas bagi pengguna untuk mencapai tujuannya. Sedangkan *hedonic* adalah seberapa menggugah dan menstimulasi suatu interaksi bagi pengguna.

Menurut Rauschenberger dkk. (2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *user experience* memiliki atribut-atribut yaitu aspek *attractiveness*, aspek *pragmatic quality*, dan Aspek *hedonic quality*.



Gambar 2. 1 Pengelompokan Atribut Kualitas *User Experience*

(Sumber:Rauschenberger dkk., 2013)

- a. Aspek *attractiveness* adalah bagian utama dari UEQ sebagai dimensi derajat murninya yang berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap daya tarik sistem
- b. Aspek *pragmatic quality* menunjukkan persepsi pengguna atas aspek teknis yang berfokus pada pencapaian tujuan (melaksanakan tugas) dalam desain produk secara tepat dan efisien (*efficiency dimension*), dapat dipahami (*Perspicuity dimension*), dan tidak langsung (*Dependability dimension*).
- c. Aspek *hedonic quality* berhubungan dengan aspek non-teknis yang berkaitan dengan perasaan pengguna yang melibatkan kesenangan dan motivasi (*stimulation dimension*) dan desain yang inovatif (*novelty dimension*).

2. Prinsip Desain *User Experience*

Merancang *User Experience* adalah sebuah proses inovasi yang mempertimbangkan kepuasan pengguna (termasuk aspek emosional dan estetika), serta efektivitas dan efisiensi. Desain melibatkan berbagai pendekatan kreatif untuk mencapai pengalaman pengguna yang baik (International Organization for Standardization, 2010).

Prinsip-prinsip berikut ini harus dipertimbangkan ketika mendesain sistem interaktif:

- a. Kesesuaian untuk tugas.
- b. Mendeskripsikan diri sendiri.
- c. Sesuai dengan harapan pengguna.
- d. Kesesuaian untuk belajar.

- e. Kemampuan untuk dikendalikan (*controllability*).
- f. Toleransi terhadap kesalahan.
- g. Kesesuaian untuk individualisasi.

2.2.3. Nectadigital.com

Necta Digital Media adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa, yang beralamat di Jl. Imogiri-Dlingo, Mangunan, Dlingo, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Memiliki produk penjualan seperti pembuatan *website*, *digital marketing*, *photography*, sablon dan *printing*.

1. Pembuatan *website*, Necta Digital Media menyediakan pembuatan *website* dengan layanan konsultasi gratis serta pelayanan terbaik, *sharing* serta pengiriman data sempurna sehingga dapat membantu jalannya *website* tanpa gangguan, stabilitas serta kecepatan *website* terjamin dan fitur lengkap serta harga terjangkau.
2. *Digital marketing*, Necta Digital Media menyediakan pembuatan digital marketing dengan layanan konsultasi gratis serta pelayanan terbaik, proses pemasaran ditangani oleh tim profesional, dan iklan tertarget dengan iklan berbayar serta optimasi SEO serta produk dipastikan sampai kepada *customer*.
3. *Photograph*, Necta Digital Media menyediakan jasa *photography* dengan layanan foto wisuda, *pre-wedding*, dan foto *traveling*
4. Sablon dan *printing*, Necta Digital Media menyediakan jasa pembuatan sablon dan *printing* dengan layanan sablon kemasan, sablon kaos, serta percetakan murah namun berkualitas.

2.2.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna necta digital. Berdasarkan informasi yang diperoleh necta digital memiliki sekitar 3.788 pengguna. Berdasarkan informasi tersebut, diketahui bahwa populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 3.788. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak dari setiap anggota populasi. Dengan menggunakan metode ini setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan sebagai sampel, sehingga dapat menghindari bias dalam pemilihan sampel (Patten & Newhart, 2017). Metode *simple random sampling* dapat memberikan sampel dengan reliabilitas yang maksimum dan *error* dapat diminimalisir dengan menggunakan jumlah sampel yang mencukupi.

Selanjutnya, peneliti menggunakan metode Slovin untuk menentukan jumlah sampel dengan *error* 10%.

Adapun rumus perhitungan teradapat pada persamaan rumus 2.1:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10%

2.2.5. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan pada data kuesioner bertujuan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Standar pengukuran dari validitas item adalah berdasarkan perhitungan dari rumus sebagai berikut:

Adapun rumus perhitungan teradapat pada persamaan rumus 2.2:

$$r_x = * \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana:

r_x = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = varians total

Pengujian validitas ini dilakkuan dengan menggunakan program *SPSS* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel (dengan bantuan *SPSS*)
 - a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka artinya ada korelasi antar variabel yang dihubungkan.
 - b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka artinya tidak ada korelasi antar variabel yang dihubungkan.

Tabel 2. 2 Distribusi nilai r tabel signifikansi

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

(Sumber: Junaidi, 2010)

2.2.6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk melihat konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang. Semakin tinggi tingkat reliabilitasnya, penelitian tersebut semakin bisa diandalkan. Indikator dari reliabilitas adalah nilai *Cronbach's Alpha* karena indikator yang digunakan berupa penelitian angket dan skala skorsing. Rumus *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \dots \dots \dots (3.3)$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varian skor tiap-tiap item

σ_t^2 = varian total

Pengujian reliabilitas ini dilakukuan dengan menggunakan program *SPSS*. Pada kriteria penilaian hasil uji reliabilitas ada beberapa kategori yang digunakan. Kategori tersebut akan menjelaskan hasil suatu pengujian reliabilitas dikatakan

andal atau kurang andal. Pedoman kategori pada reliabilitas menurut Sugiyono (2013) sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Kriteria Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0.0 – 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

(Sumber: Darma, 2021)

2.2.7. *User Experience Questionnaire* (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah metode evaluasi untuk mengukur *User Experience* dengan menggunakan kuesioner. *User Experience Questionnaire* (UEQ) diciptakan untuk pengukuran *User Experience* oleh Laugwitz, Schrepp, dan Held pada tahun 2005. Pada awalnya UEQ tersedia dalam Bahasa German. Saat ini UEQ telah tersedia dalam lebih dari 30 bahasa, termasuk Bahasa Indonesia. UEQ dapat digunakan tanpa biaya lisensi.

Terdapat beberapa skenario penggunaan yang dilakukan dengan UEQ. UEQ dapat digunakan untuk membandingkan *User Experience* dari dua produk, menguji apakah sebuah produk memiliki *User Experience* yang memadai, dan menentukan area yang memerlukan peningkatan.

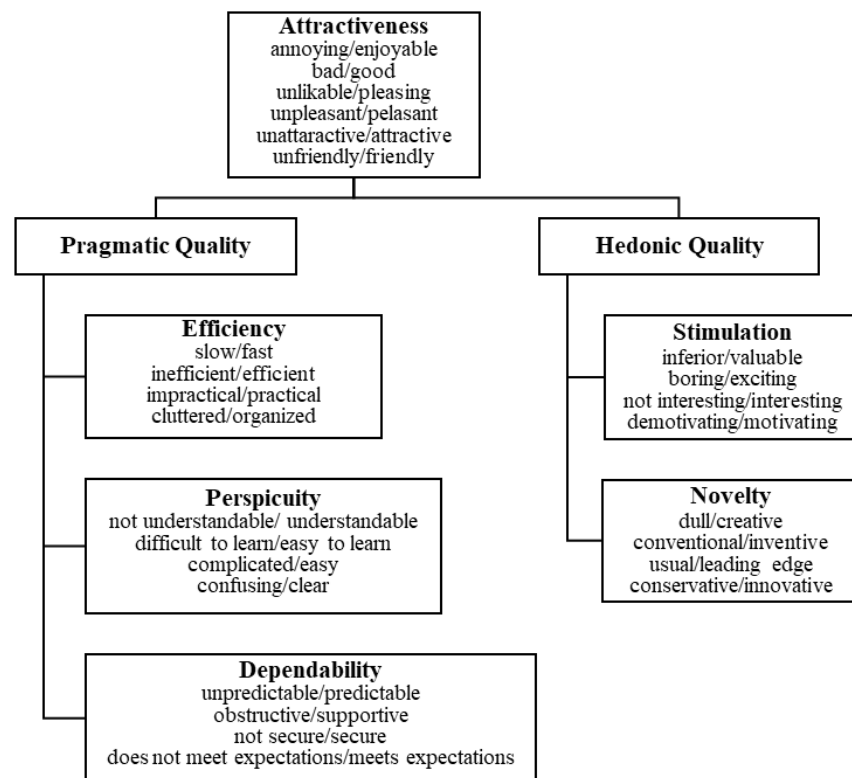
UEQ memberikan kesan pengalaman pengguna (*user experience*) yang komprehensif, mulai dari aspek kegunaan (*usability*) klasik hingga aspek pengalaman pengguna (*user experience*). UEQ juga menyediakan alat analisis untuk menafsirkan hasilnya secara akurat dengan mudah. UEQ juga tersedia secara gratis untuk digunakan tanpa biaya.

Beberapa tujuan utama penggunaan UEQ adalah untuk membandingkan level *User Experience* antara dua produk, menguji *User Experience* suatu produk, dan menentukan area perbaikan suatu produk. UEQ memiliki 6 skala pengukuran yang terbagi menjadi 26 item pertanyaan sebagaimana dijelaskan oleh Hinderks dkk. (2018) dalam *handbook User Experience Questionere* yaitu sebagai berikut.

1. *Attractiveness* adalah kesan pengguna terhadap produk secara keseluruhan, suka atau tidak suka.
2. *Perspicuity* adalah kemudahan untuk mempelajari cara penggunaan dan menjadi familiar dengan produk.
3. *Efficiency* adalah pengguna dapat menyelesaikan suatu tugas dengan cepat dan efisien tanpa usaha yang besar.
4. *Dependability* adalah tingkat kontrol yang dirasakan dimiliki oleh pengguna dalam interaksi.
5. *Stimulation* adalah tingkat motivasi dan kesenangan pengguna dalam menggunakan produk.
6. *Novelty* adalah tingkat inovasi dan kreativitas produk yang dapat menarik perhatian pengguna.

Skala tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu *attractiveness*, *pragmatic quality* dan *hedonic quality* (Darma, 2021). Aspek *attractiveness* adalah bagian utama dari UEQ sebagai dimensi derajat murninya yang berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap daya tarik sistem. Aspek *pragmatic quality* menunjukkan persepsi pengguna atas aspek teknis yang terfokus pada pencapaian tujuan (melaksanakan tugas) dalam desain produk secara cepat dan

efisien (*efficiency dimension*), dapat dipahami (*perspicuity dimension*), dan tidak mengekang (*dependability dimension*). Aspek *hedonic quality* berhubungan dengan aspek non-teknis yang berkaitan dengan perasaan pengguna yang melibatkan kesenangan dan motivasi (*stimulation dimension*) dan desain yang inovatif (*novelty dimension*).



Gambar 2. 2 Struktur Skala UEQ

(Sumber: Hinderks dkk., 2018)

Kuesioner pada UEQ terdiri dari pasangan atribut bertolak belakang secara makna yang dapat merepresentasikan suatu produk yang sedang diteliti. Lingkaran-lingkaran yang berada di antara atribut merepresentasikan gradasi antar atribut yang bertolak belakang. Item tersebut terdiri dari level 1 sampai 7 dengan skala nilai +3 menuju -3. Nilai -3 merepresentasikan jawaban paling negatif, nilai 0 adalah jawaban netral sedangkan +3 merupakan jawaban dengan nilai paling positif. Pada

kuesioner UEQ item pernyataan diacak penempatannya. Beberapa bagian dimulai dengan pernyataan positif ke negatif dan sebagian lainya dimulai dari sisi negatif ke sisi positif, ini bertujuan agar dapat menghindari jawaban yang acak dari responden. Penempatan pernyataan yang di mulai dengan positif ke negatif pun posisinya ditempatkan secara acak. Dalam penggunaanya UEQ tidak membutuhkan usaha yang banyak dalam pengisiannya

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien	20
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif	26

Gambar 2. 3 Kuesioner UEQ versi Bahasa Indonesia

(Sumber: Hinderks dkk., 2018)