

BAB II

TINJUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

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

Penelitian dilakukan oleh Kusnawati (2018) yang berjudul “Analisis Pengalaman Pengguna Pada *Website E-commerce* (Studi pada *Klikindomaret.com* dan *Alfacart.com*)”, dalam penelitian ini peneliti melakukan pengujian untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna dari website yang memiliki karakteristik dan proses bisnis yang sama yaitu *Klikindomaret.com* dan *Alfacart.com*, dengan tujuan untuk membandingkannya. Pada penelitian ini menggunakan dua macam metode dalam analisis pengalaman pengguna yaitu analisis subjektif dan analisis objektif. Secara subjektif pengujian akan menggunakan kuesioner UEQ yang memiliki 6 skala yaitu : *attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation* dan *novelty*, yang disebarakan kepada 20 responden dan dianalisis secara objektif dengan cara menguji menggunakan parameter *task success rate, time per completed task, number of clicks during task completion, error during task performance* yang di lakukan kepada 6 responden. Responden memiliki kriteria dengan usia 18-24 tahun yang belum pernah memakai kedua website yang diujikan. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa pada penelitian subjektif, responden memberikan nilai yang cenderung positif dengan nilai rata-rata mencapai level positif (*good*) dengan

skala mencapai 0,8. Pada analisis objektif memperlihatkan nilai keberhasilan yang cukup tinggi dari responden walaupun mereka baru pertama kali menggunakan kedua website tersebut. Hasil perbandingan dari kedua *website* menunjukkan bahwa website *klikindomaret.com* lebih unggul dari pada *alfacart.com*. Dari penelitian tersebut penulis mengambil metode *Usability testing* untuk mengukur tingkat kegunaan pada penelitian ini dan kuesioner UEQ (*User Experience Questionnaire*) untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna. Peneliti juga mengadaptasi *task scenario* dari penelitian yang dilakukan Wilda Kusnawati untuk digunakan pada pengujian skenario pada penelitian ini.

Penelitian dilakukan oleh Wijaya, dkk (2019) yang berjudul “Analisis Dan Evaluasi Pengalaman Pengguna Patik Bali Dengan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)” pada penelitian ini menganalisis mengapa pengguna menginstall aplikasi PaTik Bali dan kemudian mengevaluasi PaTik Bali. Dengan hasil Dari 26 item pertanyaan UEQ dikelompokkan menjadi enam kelas. Penilaian dari keenam kelas tersebut memiliki penilaian yang baik. Hasil analisa membuat kualitas pragmatic dan hedonis pun memiliki penilaian yang baik, nilai yang dimiliki daya tarik berkisar 1.81 yang sudah termasuk kategori bagus. Kemudian disusul dengan kualitas hedonis dan pragmatis dengan nilai yakni 1.73 dan 1.72. Analisa *benchmark* juga memberikan nilai baik. Berdasarkan masalah tersebut *user experience* yang dialami pengguna PaTik Bali dapat dikatakan baik. Dengan kata lain penyebab banyaknya pengguna yang menginstall PaTik Bali

bukan karena pengalaman pengguna yang buruk ketika menggunakan aplikasi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Putro (2019) dengan judul penelitian “Penerapan Metode UEQ dan *Cooperative Evaluation* untuk Mengevaluasi *User Experience* Lapor Bantul” Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi *User Experience* aplikasi Lapor Bantul yang kemudian hasil dari evaluasi awal akan menjadi acuan untuk melakukan desain ulang dalam bentuk *prototype* yang akan dievaluasi kembali untuk menguji perbedaan tingkat pengalaman pengguna aplikasi yang lama dengan aplikasi yang baru berdasarkan konsep *User Experience Questionnaire* (UEQ). Dimana hasil pengukuran tingkat pengalaman pengguna mengalami peningkatan rata-rata dalam setiap skala UEQ, termasuk daya tarik dengan peningkatan sebesar 0,89, kejelasan 1,23, efisiensi 0,63, keandalan 0,81, stimulasi 0,74 dan kebaruan 0,78. Dari desain baru aplikasi Lapor Bantul mengalami peningkatan dengan semua skala yang sebelumnya dikategorikan dalam kategori *Below Average* (di bawah rata-rata) naik menjadi Good (Baik) dan pada semua skala peningkatan terbesar yaitu pada skala kejelasan.

Penelitian dari Sularsa, dkk (2015) dengan judul Skripsi “Evaluasi *User Experience* Produk Digital Museum dengan Menggunakan UEQ” hasil penelitian didapatkan implementasi dan pengujian aplikasi interaktif Bandung Purba, dapat disimpulkan bahwa fakta geologis Bandung Purba dapat diimplementasikanke dalam aplikasi inetarktif; serta Aplikasi interaktif Bandung Purba cenderung memiliki impresi positif kelompok

attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation dan *novelty* dalam pengujian UEQ.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartzani (2021) dengan judul penelitian “Evaluasi *User Experience* Pada Dompot Digital OVO Menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)” Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi *User Experience* dompot digital OVO dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Hasil penelitian didapatkan nilai evaluasi positif pada aspek *attractiveness* (*mean* 0,98), *perspicuity* (*mean* 1,33), *efficiency* (*mean* 1,62), *dependability* (*mean* 1,35), dan *stimulation* (*mean* 1,33). Pada aspek *novelty* (*mean* 0,55) mendapatkan nilai evaluasi netral. Hasil *benchmark* nilai yang didapat pada masing-masing aspek UEQ dengan menggunakan *UEQ Data Analysis Tool* diketahui bahwa aspek *efficiency* (*mean* 1,62) mendapatkan nilai *good* (bagus). Aspek *perspicuity* (*mean* 1,62), *dependability* (*mean* 1,35), dan *stimulation* (*mean* 1,33) mendapatkan nilai *above average* (diatas rata-rata). Aspek *attractiveness* (*mean* 0,98) dan *novelty* (*mean* 0,55) mendapatkan nilai *below average* (dibawah rata-rata). Pada penelitian ini berhasil memberikan rekomendasi perbaikan *user experience* pada dompot digital OVO berdasarkan hasil evaluasi dengan UEQ. Area yang direkomendasikan untuk melakukan peningkatan/perbaikan *user experience* adalah pada aspek *attractiveness* dan *novelty* dikarenakan masih mendapatkan nilai *benchmark below average* (dibawah rata-rata).

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Fokus Dan Tujuan Penelitian	Keterangan
1	Kusnawati (2018)	Menganalisis <i>level experience</i> pada pengguna web Klikindomaret.com dan Alfacart.com	Penelitian ini membandingkan <i>user experience</i> dua <i>webiste</i> yang saling bersaing. Penelitian ini juga melakukan pengukuran <i>usability testing</i>
2	Wijaya, dkk (2019)	Menganalisis dan mengevaluasi penggunaan aplikasi PaTik Bali	Penelitian ini melakukan pengukuran terhadap aplikasi Pa Tik Bali dengan dengan responden yang cukup sedikit
3	Putro (2019)	Menggunakan analisis <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> dan <i>Cooperative Evaluation</i> pada aplikasi Lapor Bantul	Penelitian ini menggunakan 6 skala pengukuran dan metode evaluasi kooperatif. Dan hasil rekomendasi user experience yang digunakan untuk membangun protipe
4	Sularsa, dkk (2015)	Membandingkan tingkat pengalaman pengguna pada aplikasi interaktif Bandung Purba	penelitian ini dilakukan pada aplikasi non-komersial
5	Harzani (2021)	Menganalisis dan mengevaluasi dompet digital OVO	Penelitian ini menggunakan dua analisis data yaitu demografis dan statistik, data responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan saat ini, lama penggunaan dan frekuensi penggunaan
6	Nurman (2023)	Analisis dan evaluasi pada <i>website</i> wedangku	Penelitian ini menggunakan dua analisis data yaitu menggunakan analisis kuantitatif dan analisis kualitatif

2.2 Landasan Teori

2.2.1. Website

Website adalah sebuah cara untuk menampilkan diri di internet. Dapat diibaratkan *Website* adalah sebuah tempat di internet, siapa saja di dunia ini dapat mengunjunginya, kapan saja seseorang dapat mengetahui tentang diri orang lain, memberi pertanyaan pada seseorang, serta memberikan masukan atau bahkan mengetahui dan membeli suatu produk

Website merupakan salah satu layanan untuk menyampaikan informasi kepada pengguna yang menggunakan perangkat komputer dan terhubung ke internet. *Website* sendiri mempunyai dua sifat yaitu, dinamis dan statis. Sebuah *website* yang mana informasi yang diberikan tetap dan tidak berubah berarti *website* tersebut bersifat statis, sedangkan *website* yang mana informasi yang diberikan berubah berarti *website* tersebut bersifat dinamis.

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: *website* yang mempunyai halaman yang tetap atau tidak berubah. Untuk dapat melakukan perubahan pada suatu halaman harus dilakukan secara manual, dengan cara mengubah *code* 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

User Experience atau pengalaman pengguna adalah efek yang dirasakan oleh pengguna sebagai akibat dari interaksi penggunaan, sistem, produk, atau perangkat. Termasuk pengaruh dari kegunaan, dan dampak emosional selama berinteraksi, dan menikmati memori setelah melakukan interaksi. Interaksi memiliki makna yang luas seperti melihat, menyentuh, dan memikirkan sistem atau produk, termasuk mengaguminya dan presentasinya sebelum melakukan interaksi fisik.

User Experience adalah sebuah bentuk interaksi antara manusia dengan komputer (*Human Computer Interaction*) yang meliputi aplikasi *mobile*, aplikasi desktop, dan *web*. *User experience* berhubungan juga dengan respon atau persepsi dari seseorang yang dihasilkan pada saat menggunakan atau mencoba suatu produk. *User experience* berhubungan

dengan kemudahan, efisiensi, kenyamanan, dan kemanfaatan, pada saat menggunakan aplikasi tersebut.

2.2.3. Elemen User Experience

Marc Hassenzal's (2010) membagi *user experience* menjadi model *pragmatic* dan *hedonic* yang terdiri dari lima bagian, yaitu:

1. *Utility*

Utility didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menyediakan fungsi yang diperlukan untuk melakukan suatu tugas (*pragmatic*).

2. *Usability*

Usability didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menyediakan fungsi secara mudah dan efisien (*pragmatic*).

3. *Stimulation*

Stimulation didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memberikan kejutan untuk menarik rasa tertarik dan menyediakan kesempatan untuk menyempurnakan pengetahuan dan skill (*hedonic*).

4. *Beauty*

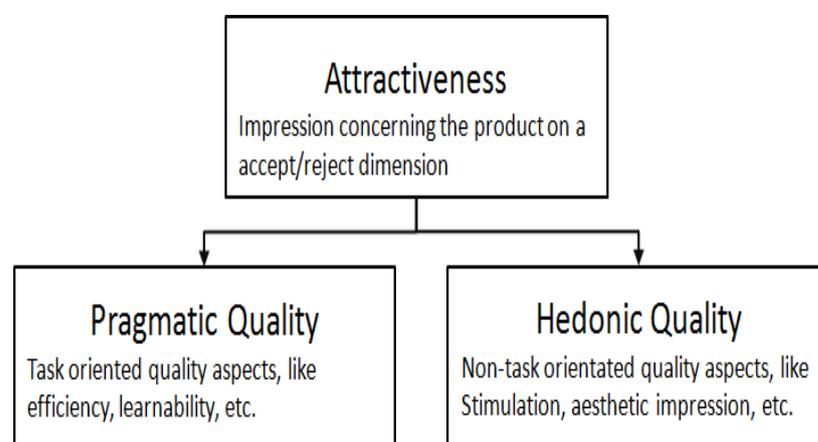
Beauty didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menimbulkan rasa keindahan (*hedonic*).

5. *Communication identity*

Didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyampaikan simbol-simbol yang relevan dengan hal lain (*hedonic*).

Menurut Sharp et al. (2019), berdasarkan model di atas, *pragmatic* adalah seberapa sederhana, praktis, dan jelas bagi pengguna untuk mencapai tujuannya. Sedangkan *hedonic* adalah seberapa menggugah dan menstimulasi suatu interaksi bagi pengguna.

Menurut Rauschenberger et al. (2013), *user experience* memiliki atribut-atribut skala *pragmatic quality* yang menunjukkan persepsi pengguna atas aspek teknis yang terfokus pada pencapaian tujuan (pelaksanaan 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 2.1 Pengelompokan Atribut Kualitas User Experience Rauschenberger et al. (2013)

2.2.4. Wedangku.com

Wedangku adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce*, yang beralamat di Jl. Imogiri-Dlingo, Mangunan, Dlingo, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Memiliki produk penjualan yaitu wedang uwuh. Wedang uwuh adalah minuman khas raja mataram asli Imogiri, Yogyakarta yang memiliki khasiat dan manfaat sebagai pengobatan dan relaksasi.

1. Manfaat Wedang Uwuh sebagai Antioksidan

Manfaat wedang uwuh yang pertama adalah sebagai antioksidan. Pecinta teh tahu bahwa mereka dapat memenuhi kebutuhan dosis antioksidan harian hanya dari segelas teh. Antioksidan adalah senyawa yang mengurangi stres oksidatif, yang dapat berkontribusi pada perkembangan penyakit kronis. Akan tetapi, patut diketahui juga bahwa teh dapat menyebabkan keasaman yang parah dan kecanduan kafein. Jika Moms dan keluarga menginginkan pengganti teh yang bagus dan akan memberi semua kebutuhan antioksidan tanpa efek negatif, mencoba teh dari bahan secang seperti yang ada dalam wedang uwuh patut dicoba.

2. Manfaat Wedang Uwuh sebagai Anti Inflamasi

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah sebagai anti inflamasi. Kandungan wedang uwuh juga bermanfaat untuk melawan infeksi atau peradangan dan memperbaiki kerusakan jaringan. Peradangan terjadi saat tubuh seseorang terpapar zat asing. Konsumsi wedang uwuh cukup penting dan sangat bermanfaat

karena minuman tradisional ini mampu meminimalisir peradangan yang bisa menjadi masalah jika kronis. Bukan hanya kronis, peradangan menjadi sangat berbahaya ketika dia justru menyerang jaringan di dalam tubuh itu sendiri.

3. Manfaat Wedang Uwuh untuk Menstabilkan Hemoglobin

Kadar hemoglobin yang rendah dapat menyebabkan masalah seperti anemia, kulit pucat, pusing, lemah, dan kelelahan secara umum. Gula batu dalam wedang uwuh datang sebagai penyelamat karena tidak hanya membantu meningkatkan kadar hemoglobin, tetapi juga meregenerasi sirkulasi darah dalam tubuh. Sablon dan printing

4. Manfaat Wedang Uwuh untuk Meredakan Batuk dan Sakit Tenggorokan

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah untuk meredakan batuk dan sakit tenggorokan. Cuaca dingin dapat menimbulkan berbagai gangguan kesehatan, termasuk batuk dan sakit tenggorokan. Namun, gula batu dalam wedang uwuh diyakini memiliki khasiat obat tertentu dan nutrisi penting yang membantu meringankan kondisi ini secara instan.

5. Manfaat Wedang uwuh sebagai Antimikroba

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah sebagai antimikroba. Rempah sereh dalam wedang uwuh dapat membantu

mengobati infeksi mulut dan gigi berlubang karena sifat antimikroba yang dimilikinya.

6. Manfaat Wedang Uwuh sebagai Anti Alergi

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah sebagai anti alergi. Kayu secang pada wedang uwuh ternyata baik untuk orang-orang yang memiliki masalah alergi. Penelitian telah menunjukkan bahwa senyawa dalam kayu secang, terutama secang chalcone memiliki sifat anti alergi yang kuat.

7. Manfaat Wedang Uwuh untuk Meningkatkan Libido

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah sebagai anti alergi. Kayu secang pada wedang uwuh ternyata baik untuk orang-orang yang memiliki masalah alergi.

8. Manfaat Wedang Uwuh untuk Kesehatan Jantung

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah untuk kesehatan jantung. Air dengan rempah dari kayu secang baik untuk kesehatan jantung. Penelitian telah menunjukkan bahwa Brazilein, pigmen merah pada kayu secang memiliki efek positif pada kesehatan jantung.

9. Manfaat Wedang Uwuh untuk Menstabilkan Gula Darah

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah untuk menstabilkan gula darah. Satu studi menemukan bahwa jahe dalam wedang uwuh ternyata mampu meningkatkan gula darah puasa pada penderita diabetes. Ini dan temuan lainnya menunjukkan sebuah

potensi bahwa jahe dapat membantu mengobati masalah kesehatan yang disebabkan oleh diabetes kronis.

10. Manfaat Wedang Uwuh untuk Mengurangi Risiko Kanker

Manfaat wedang uwuh selanjutnya adalah mengurangi risiko kanker. Serai dalam wedang uwuh juga dianggap memiliki kemampuan antikanker yang manjur melawan beberapa jalur sel kanker. Ini adalah manfaat dari beberapa komponen serai yang membantu melawan kanker.

2.3 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan suatu alat bantu untuk pengolahan data survei terkait pengalaman pengguna yang mudah diaplikasikan, yang dapat digunakan untuk melengkapi data dari metode evaluasi lain dengan penilaian kualitas secara subjektif oleh Laugwitz, Held, & Schrepp, pada tahun 2005. UEQ memungkinkan penilaian yang cepat atas pengalaman pengguna produk interaktif. Skala kuesioner dirancang untuk menangani impresi pengalaman pengguna yang komprehensif. Format kuesioner mendukung respon *user* untuk segera mengungkapkan perasaan, kesan, dan sikap yang muncul ketika memakai suatu produk (Rauschenberger, Systempartner, & Schrepp, 2013).

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

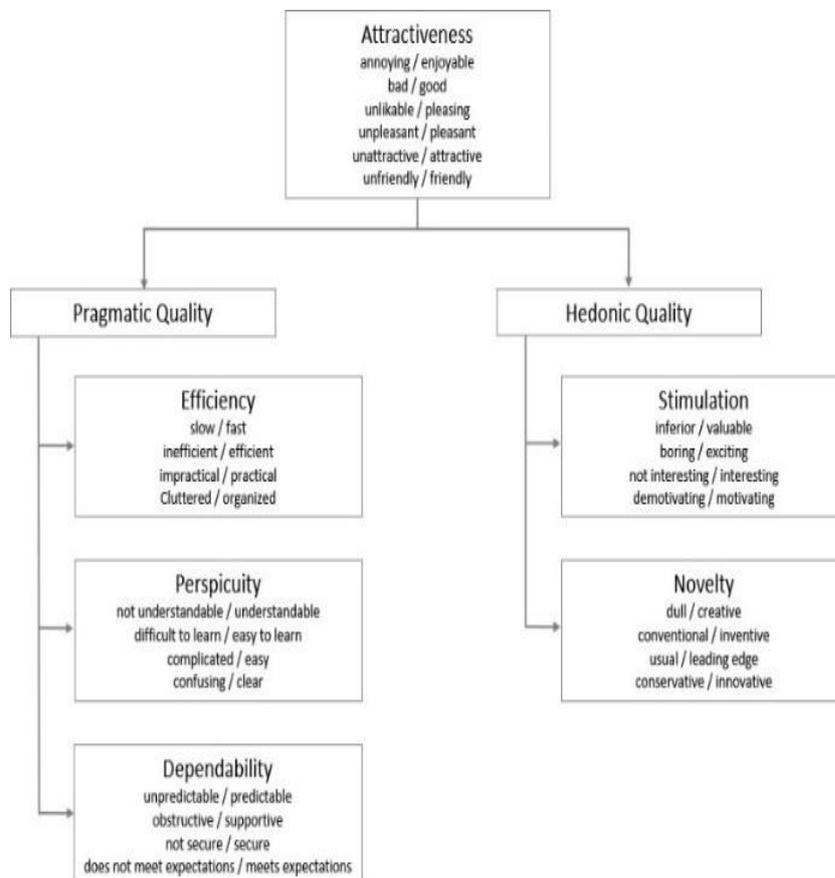
analisis untuk menafsirkan hasilnya secara akurat dengan mudah. UEQ juga tersedia secara gratis untuk digunakan tanpa biaya.

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, yaitu (Schrepp, 2019):

1. *Attractiveness*: Impresi umum pengguna atas produk, suka atau tidak suka.
2. *Efficiency*: kemungkinan pemakaian produk dengan cepat dan efisien, keterorganisasian antarmuka.
3. *Perspiciuity*: kemudahan dalam memahami pemakaian produk dan membiasakannya.
4. *Dependability*: perasaan pengguna dalam kendali interaksi, keamanan dan memenuhi harapan.
5. *Stimulation*: yang membuat menarik dan menyenangkan dari penggunaan produk, motivasi pengguna ingin lebih memakainya.
6. *Novelty*: desain produk inovatif dan kreatif, menarik perhatian pengguna.

Skala tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu *attractiveness*, *pragmatic quality* dan *hedonic quality* (Intanny, Widiyastuti, & Perdani, 2018). Aspek *attractiveness* adalah bagian utama dari UEQ sebagai dimensi derajat murninya yang berkaitan

dengan persepsi pengguna terhadap dayatarik 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 (Schreep, 2019)

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 lainnya 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 penggunaannya UEQ tidak membutuhkan usaha yang banyak dalam pengisiannya.

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

Gambar 2.3 Kuesioner UEQ versi Bahasa Indonesia