

EVALUASI PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE DENGAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE

Evaluate The Use Of E-Commerce Applications With The User Experience Questionnaire

**Muhamad Ryansyah^{1*}, Sidik², Aji Sudibyo³,
Robi Sopandi⁴**

Program Studi Informatika¹, Program Studi Informatika²,
Program Studi Teknik Industri³, Program Studi Sistem Informasi⁴
Fakultas Teknik Informatika^{1,3,4}, Fakultas Teknologi Informasi²
Perguruan Tinggi Universitas Bina Sarana Informatika^{1,3,4},
Perguruan Tinggi Universitas Nusa Mandiri²

Corresponden Email : muhamad.mur@bsi.ac.id

Author Email: muhamad.mur@bsi.ac.id¹,
Sidik.sdk@nusamandiri.ac.id², aji.abby@bsi.ac.id³,
robi.rbs@bsi.ac.id⁴

Received: October 5, 2025. **Revised:** October 28, 2025. **Accepted:**
October 30, 2025. **Issue Period:** Vol.9 No.4 (2025), Pp: 1573-1582

Abstrak: Aplikasi toko online memudahkan pembeli untuk belanja secara online tanpa perlu waktu atau waktu pembatasan lokasi. Di Indonesia, terdapat tiga aplikasi toko online yang banyak digunakan oleh pembeli yaitu Shopee, Tokopedia, dan Bli-bli. Ketiganya merupakan pesaing di pasar yang sama, yakni layanan penjualan penuh jual secara online. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa jumlah bintangnya satu review untuk aplikasi Shopee, Tokopedia, dan Bli-bli di Play Store masih cukup banyak, ulasan umumnya ada terkait dengan masalah pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia, dan Bli-bli menggunakan Pengalaman Pengguna Kuesioner. Penelitian ini memiliki kriteria responden yaitu Shopee, Tokopedia, dan Bli-bli pengguna aplikasi minimal berusia 18 tahun. Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil evaluasi pengalaman pengguna pada Aplikasi mobile Shopee yaitu variabel Attractiveness (Mean = 2.186), Perspicuity (Mean = 1.180), efisiensi (Mean = 2,186), Ketergantungan (Mean = 2,092), Stimulasi (Mean = 2,085), dan Kebaruan (Mean = 1.881). Hasil evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Tokopedia berdasarkan variabel UEQ pengukuran Daya Tarik (Mean = 1,796), Ketajaman (Mean = 0,981), efisiensi (Mean = 1,980), Ketergantungan (Mean = 1,783), Stimulasi (Mean = 1,462), dan Kebaruan (Mean = 1,287). Dan hasil dari evaluasi pengalaman pengguna Bli-bli Daya Tarik (Mean = 2,283), Kecerdasan (Mean = 1,189), efisiensi (Mean = 2,380), Ketergantungan (Mean = 2,286), Stimulasi (Mean = 2,294), dan Kebaruan (Mean = 2,000).

Kata kunci: Evaluasi Pengalaman Pengguna, Aplikasi toko online, Kuesioner Pengalaman Pengguna

Abstract: The online shop application makes it easy for buyers to shop online without the need for time or location restrictions. In Indonesia, there are three online shop



DOI: 10.52362/jisamar.v9i4.2125

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

applications that are widely used by buyers, namely Shopee, Tokopedia, and Bli-bli. All three are competitors in the same market, namely online after-sales sales services. Observation results show that the number of one-star reviews for the Shopee, Tokopedia and Bli-bli applications on the Play Store is still quite large, the reviews are generally related to user experience issues. This research aims to find out the results of evaluating user experience on the Shopee, Tokopedia, and Bli-bli applications using the User Experience Questionnaire. This research has criteria for respondents, namely Shopee, Tokopedia, and Bli-bli application users who are at least 18 years old. This research shows that the results of evaluating user experience on the Shopee mobile application are the variables Attractiveness (Mean = 2.186), Perspicuity (Mean = 1.180), efficiency (Mean = 2.186), Dependability (Mean = 2.092), Stimulation (Mean = 2.085), and Novelty (Mean = 1.881). The results of evaluating user experience on the Tokopedia application are based on the UEQ variables measuring Attraction (Mean = 1.796), Sharpness (Mean = 0.981), efficiency (Mean = 1.980), Dependability (Mean = 1.783), Stimulation (Mean = 1.462), and Novelty (Mean = 1.287). And the results of evaluating the Bli-bli user experience are Attractiveness (Mean = 2.283), Intelligence (Mean = 1.189), Efficiency (Mean = 2.380), Dependability (Mean = 2.286), Stimulation (Mean = 2.294), and Novelty (Mean = 2.000).

Keywords: *User Experience Evaluation, Online shop application, User Experience Questionnaire*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terus-menerus berubah seiring berjalannya waktu. Di Indonesia, perkembangan teknologi terjadi sangat cepat. Kemajuan ini membuat dunia masuk ke era globalisasi yang modern dan canggih. Dengan perkembangan zaman yang begitu cepat, manusia diharuskan ikut beradaptasi agar hidup menjadi lebih praktis dan cepat. Untuk mempermudah pekerjaan dan kehidupan sehari-hari, diciptakan berbagai alat teknologi, salah satunya adalah smartphone. Dalam kehidupan sehari-hari, smartphone tidak hanya memengaruhi cara orang dewasa berperilaku, tetapi anak-anak juga terdampak dari penggunaannya, terutama dalam kemampuan berinteraksi sosial. Anak-anak diberi arahan untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat dan beraktivitas di lingkungan sekitar agar lebih mudah berkomunikasi dengan orang lain. Perkembangan ini terjadi sejak usia kecil hingga dewasa, yang tidak bisa diukur secara langsung tetapi bisa dirasakan, dan perkembangan tersebut bersifat maju, teratur, serta berkelanjutan.[1]

Gadget yang paling banyak dicari adalah smartphone. Menurut Databoks tahun 2024, penggunaan smartphone di seluruh dunia terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020, jumlah pengguna smartphone di Indonesia mencapai 160,23 juta orang, dan diperkirakan pada tahun 2025, pengguna smartphone akan mencapai 89% dari total penduduk Indonesia.[2]

Dalam masa era digital yang terus berkembang, aplikasi seluler menjadi faktor penting dalam mengubah cara berstrategi bisnis dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Kemampuan aplikasi seluler dalam memberikan solusi inovatif serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan membuat transformasi bisnis melalui aplikasi seluler sangat penting. Perubahan ini tidak hanya membuat operasi perusahaan lebih efisien, tetapi juga memastikan perusahaan tetap berjalan dan memiliki daya saing di tengah pasar yang semakin ketat. Aplikasi seluler memberi kesempatan bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan cepat dalam dunia bisnis digital, memberikan jawaban yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, peran utama aplikasi seluler bukan hanya dalam menyusun ulang strategi bisnis, tetapi juga dalam menjaga kelangsungan hidup dan relevansi perusahaan di tengah dinamika era digital.[3] ada hambatan seperti kurang memanfaatkan marketplace sebagai sarana serta minimnya promosi memengaruhi tingkat penjualan karena target pasar dan promosi belum berjalan optimal, sehingga strategi pemasarannya tidak tercapai.[4]



DOI: 10.52362/jisamar.v9i4.2125

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia pada tahun 2024 akan mencapai 221.563.479 orang, dari total penduduk Indonesia yang pada tahun 2023 berjumlah 278.696.200 orang. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dikeluarkan oleh APJII, tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat sebesar 79,5%. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, kenaikan mencapai 1,4%.

“Hal ini menunjukkan bahwa tren pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia tetap positif selama lima tahun terakhir dengan pertumbuhan yang signifikan,” kata Direktur Jenderal APJII Muhammad Arif ketika mengumumkan hasil survei internet APJII, Jakarta, pada Rabu (31 Januari 2024). Pada tahun 2018, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8 persen. Tahun 2020 meningkat menjadi 73,7 persen, tahun 2022 mencapai 77,01 persen, dan pada tahun 2023 meningkat menjadi 78,19 persen.

Dari segi gender, penetrasi internet di Indonesia sebagian besar dimiliki oleh laki-laki sebesar 50,7 persen dan perempuan sebesar 49,1 persen. Sementara itu, mayoritas pengguna internet adalah dari Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yaitu sebesar 34,40 persen. Generasi milenial yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 sebanyak 30,62 persen. Generasi penerus yang lahir antara tahun 1946 hingga 1964 sebesar 6,58 persen, dan kelompok usia sebelum masa boom yang lahir pada tahun 1945 sebesar 0,24 persen. Dalam hal wilayah, APJII menemukan bahwa daerah perkotaan masih menjadi yang terbesar dengan penetrasi internet sebesar 69,5 persen, sementara daerah pedesaan hanya sebesar 30,5 persen.[5]

Teknologi adalah alat yang bisa membantu kita untuk tahu bagaimana membuat produk yang kita butuhkan, serta mengurangi berbagai masalah. Teknologi modern juga bisa mempermudah interaksi antar orang dalam kehidupan sehari-hari. Dengan berkembangnya kemampuan teknologi, muncul berbagai bentuk masyarakat dan budaya baru. Namun, tidak bisa disangkal bahwa adanya teknologi baru juga bisa menimbulkan dampak negatif di berbagai aspek kehidupan.

Karena perkembangan teknologi yang sangat cepat, hal itu akhirnya membuat perubahan dalam cara berjalannya aktivitas jual beli. Sebelumnya, penjual dan pembeli melakukan transaksi secara langsung, satu sama lain. Namun kini, mereka hanya bertransaksi secara virtual atau online melalui platform tertentu. Di era revolusi industri 4.0, sistem industri telah berubah dari teknologi yang berkembang pesat menjadi teknologi digital. Perubahan ini berdampak pada berbagai aspek, seperti transportasi, perdagangan, dan perbankan. Tidak bisa dihindari, sistem bisnis yang masih menggunakan metode konvensional akhirnya beralih ke sistem digital.[6]

E-commerce tidak hanya membutuhkan teknologi yang bagus, tetapi juga informasi yang lengkap. Jika terjadi masalah pada jaringan internet, maka proses belanja dan penjualan online tidak bisa berjalan. Karena perkembangannya yang cepat, sekarang e-commerce sudah menjadi bagian penting dalam ekonomi dunia. Namun, karena pertumbuhan yang cepat ini, muncul berbagai masalah di berbagai bidang, termasuk bidang hukum.[7]

UEQ adalah pendekatan modular yang fleksibel, sehingga pengguna dapat memutuskan sendiri aspek-aspek mana yang perlu dinilai. UEQ dipilih karena sifat fleksibilitasnya dan menawarkan aspek-aspek yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan kerangka kerja UEQ, kuesioner bisa dirancang dengan menyesuaikan variabel pengalaman pengguna sesuai dengan aplikasi yang diukur, sehingga diharapkan hasil penelitian lebih akurat dan relevan.[8]

Peran pengguna sangat penting dalam membangun sebuah aplikasi. Selama tampilan dan fungsionalitas aplikasi terlihat menarik, memenuhi keinginan pengguna, serta memberikan pengalaman yang menarik, maka aplikasi tersebut akan memberikan pengalaman pengguna yang baik.[9]

II. METODE DAN MATERI

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lainnya yang terkait dengan pengukuran. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif lebih fokus pada beberapa gejala yang memiliki karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia, yaitu variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hubungan antar variabel akan dianalisis dengan alat uji statistik serta berdasarkan teori yang objektif.[10]

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan mengatur variabel-variabel tertentu, sehingga peneliti bisa mempelajari suatu fenomena serta hubungan antar variabel secara teratur dan sistematis.[11]



Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Shopee, Tokopedia, dan Bli-bli sebagai objek penelitian. Peneliti mengevaluasi pengalaman pengguna dengan menggunakan kuesioner pengalaman pengguna. Tahapan penelitian menggunakan diagram agar lebih mudah dipahami saat dibaca atau dipahami.

Setiap tahap penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Studi Sastra

Dalam penelitian ini, studi literatur dilakukan dengan mempelajari penelitian sebelumnya terkait penggunaan UEQ khususnya untuk memahami lebih dalam bagaimana implementasinya dan cara mengukur pengalaman pengguna menggunakan UEQ. Kuesioner Pengalaman Pengguna (UEQ) digunakan agar pengguna akhir dapat memberikan penilaian cepat dan mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang pengalaman pengguna mereka.

2. Pengumpulan Data

Metode dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah cara dan perangkat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan berbagai jenis data. Data tersebut kemudian diproses secara kuantitatif atau kualitatif dan diatur secara teratur. Pengumpulan data adalah kegiatan dalam penelitian yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari lapangan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dalam penelitian kualitatif, atau untuk menguji hipotesis dalam penelitian kuantitatif.[12]

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Penyebaran kuesioner ini dilakukan menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram dengan Gunakan Google Formulir untuk mengisinya. Setelah kuesioner disebar, Pengguna mengisi kuesioner menurut pendapatnya dan pengalaman saat menggunakan e-commerce yang mereka gunakan.

3. Pengolahan Data

Pengolahan data menggunakan metode tertentu. Sebelum memproses data, terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data untuk mencari informasi yang dibutuhkan agar sistem informasi yang dihasilkan akhirnya tepat dan tidak palsu. Dalam proses pengolahan data, ada tahapan dari awal sampai akhir hingga diperoleh informasi yang lengkap. Pada proses tersebut, perlu diperhatikan faktor-faktor dalam pengolahan data serta jumlah informasi yang akan didapat.[13]

Pengolahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan UEQ, untuk mengolah data Pada tahap ini menggunakan excel yang diperoleh dari website UEQ.

4. Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan pada data Kuesioner yang dikumpulkan dari pengguna aplikasi e-commerce. Yang dikumpulkan Data kemudian dianalisis menggunakan alat UEQ untuk membuatnya perhitungan lebih mudah.

5. Kesimpulan dan Saran

INDIKATOR PENILAIAN

UEQ (Kuesioner Pengalaman Pengguna) adalah alat atau kuesioner yang mudah dan efisien untuk mengukur Pengalaman Pengguna (UX). UEQ memudahkan kita melakukannya mengukur UX dalam desain aplikasi. UEQ berisi 6 skala penilaian, antara lain:

Tabel 1. Indikator Penilaian

Variabel	Indikator		Kode
Daya Tarik (<i>attractiveness</i>)	Menyusahkan	Menyenangkan	ATT1
	Baik	Buruk	ATT2
	Tidak disukai	Mengembirakan	ATT3
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5
	Ramah pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6
Kejelasan (<i>perspicuity</i>)	Tidak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1
	Mudah dipelajari	Sulit dipahami	PER2
	Rumit	Sederhana	PER3
	Jelas	Membingungkan	PER4
	Cepat	Lambat	EFF1



Efisiensi (<i>efficiency</i>)	Tidak efisien	Efisien	EFF2
	Tidak praktis	Praktis	EFF3
	terorganisasi	Berantakan	EFF4
Keandalan (<i>dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1
	Menghalangi	Mendukung	DEP2
	Aman	Tidak aman	DEP3
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4
Simulasi (<i>simulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1
	Membosankan	Mengasyikan	STI2
	Tidak merarik	Menarik	STI3
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2
	Lazim	Terdepan	NOV3
	konservatif	Inovatif	NOV4

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

Data Analysis

Kuesioner Pengalaman Pengguna adalah kuesioner dengan hasil dapat digunakan dalam kegunaan pengujian untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna produk dengan cepat. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner responden. Kuesioner UEQ terdiri dari 26 soal dan terdapat 6 faktor UX, yaitu daya tarik (Attractiveness), kejelasan (Perspicuity), efisiensi (Efficiency), akurasi (Ketergantungan), rangsangan (Stimulasi) dan kebaruan.

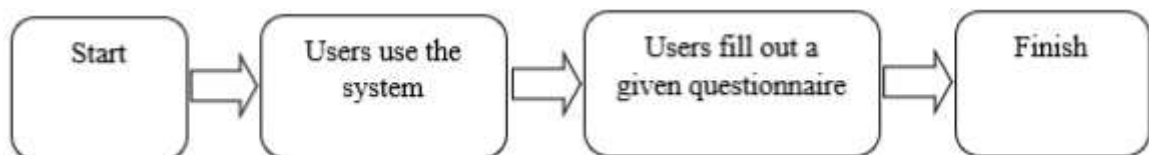


	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<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"/>	mengembirakan	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 1. Kuesioner

Proses evaluasi UEQ diawali dengan meminta responden untuk menggunakan pemesanan e-commerce dan coba semua fitur pemesanan. Hal ini dilakukan agar pengguna bisa mendapatkan kebaikan umpan balik dari hasil UEQ yang akurat. Pengguna dapat mengisi UEQ sesuai dengan apa yang mereka rasakan saat menggunakan website, termasuk fungsi, warna, jenis tulisan, tata letak, dan lainnya. Setelah menggunakan aplikasi, Pengguna diminta untuk mengisi keluaran kuesioner UEQ menggunakan formulir yang disediakan pengguna. Pengisian kuesioner didasarkan pada Ketentuan UEQ yaitu Poin 7 tidak selalu demikian skor tertinggi dalam kuesioner ini.

Data yang telah dikumpulkan dari responden kemudian dimasukkan ke dalam Analisis Data Alat UEQ dan digunakan sebagai nilai input untuk menghitung nilai UX. Pengujian keandalan data kuesioner dengan koefisien, menggambarkan konsistensi untuk seluruh skala UX faktor.



Gambar 2. Proses Pengumpulan Data Menggunakan UEQ

III. PEMBAHASA DAN HASIL

Pembuatan Kuesioner



DOI: 10.52362/jisamar.v9i4.2125

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pada pembuatan kuesioner, pertanyaan ini dirancang berdasarkan indikator yang terdapat di UEQ. Kuesioner ini juga disertakan dengan pertanyaan seputar data demografis. Berikut adalah format kuesioner yang digunakan pada penelitian ini.

- A. Profil Responden
1. Nama :
 2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 3. Usia : 18-22 23-27
 28-32 33-37
 >38
 4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 PNS
 Pegawai Swasta
 Lainnya
- B. Pertanyaan Umum
1. Aplikasi e-commerce manakah yang sering anda gunakan?
 Tokopedia Bli-bli
 Shopee
- C. Berapa kali anda menggunakan aplikasi e-commerce tersebut?
 1-4 kali 4-8 kali > 8 kali
- D. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi tersebut?
 <6 bulan 6-12 bulan >8 bulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap pengguna aplikasi e-commerce melalui aplikasi whatsapp dan instagram, kuesioner pada penelitian ini memiliki karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan aspek lain yang terkait penelitian yaitu :

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 75 dengan presentasi 62,5%, dan perempuan sebanyak 45 dengan presentasi 37,5%. Jumlah keseluruhan responden sebanyak 120 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dapat diketahui bahwa usia responden terbanyak 18-22 tahun dengan jumlah 42 responden dengan presentasi 35%, kemudian usia 23-27 tahun dengan jumlah 37 responden dengan presentasi 30,8%, dan usia 28-32 tahun dengan jumlah responden 27 responden dengan presentasi 22,5%, kemudian usia 33-37 tahun dengan jumlah 9 responden dengan presentasi 7,5%, terakhir usia >38 tahun dengan 5 responden dengan presentasi 4,2%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Mayoritas responden pada penelitian ini merupakan pegawai swasta, yaitu sebanyak 54 responden dengan presentasi 45,2%, responden yang merupakan pelajar sebanyak 44 responden dengan presentasi 35,2%, PNS berjumlah 15 responden dengan presentasi 11,8%, wirausaha berjumlah 14 responden dengan presentasi 9,2%, dan pekerjaan lainnya seperti pelatih dan barista berjumlah 2 responden dengan presentasi 1,7%.

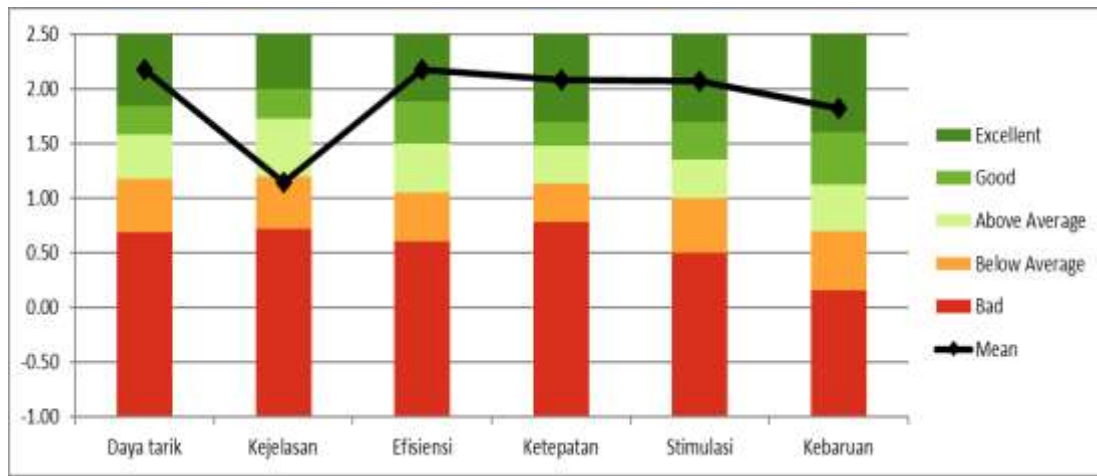
4. Karakteristik responden berdasarkan pemakaian aplikasi

Mayoritas responden pada penelitian ini shopee, yaitu sebanyak 75 responden dengan presentasi 60%, responden yang menggunakan Tokopedia sebanyak 30 responden dengan presentasi 25%, dan yang menggunakan Bli-bli berjumlah 25 responden dengan presentasi 20%.

Hasil Evaluasi Pengalaman Pengguna Shopee

Nilai rata-rata (*mean*) setiap variabel ditampilkan dalam bentuk grafik untuk mempermudah melihat hasil rata-rata nilai tiap variabel UEQ.

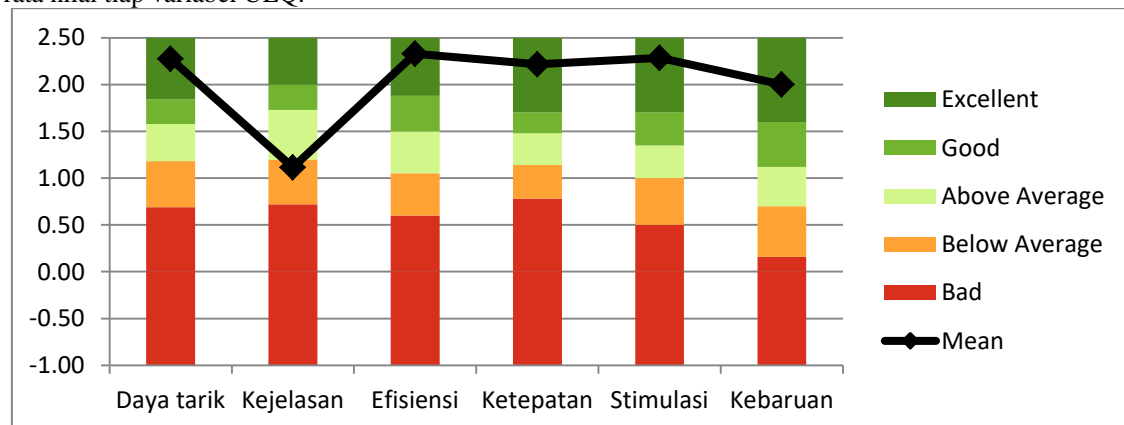




Gambar 3. Hasil Evaluasi UEQ Shopee

Hasil Evaluasi Pengalaman Pengguna Tokopedia

Nilai rata-rata (*mean*) setiap variabel ditampilkan dalam bentuk grafik untuk mempermudah melihat hasil rata-rata nilai tiap variabel UEQ.

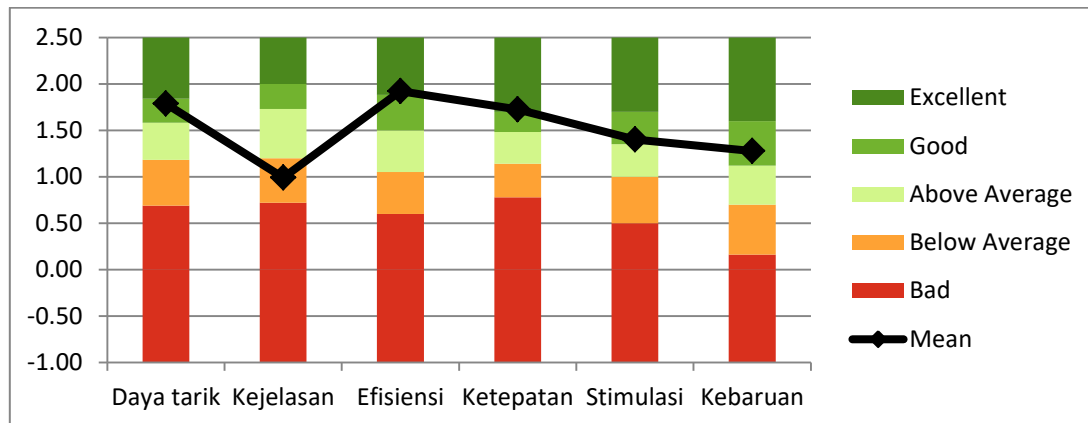


Gambar 4. Hasil Evaluasi UEQ Tokopedia

Hasil Evaluasi Pengalaman Pengguna Bli-bli

Nilai rata-rata (*mean*) setiap variabel ditampilkan dalam bentuk grafik untuk mempermudah melihat hasil rata-rata nilai tiap variabel UEQ.





Gambar 5. Hasil Evaluasi UEQ Bli-bli

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi pengalaman pengguna pada Shopee menggunakan statistic deskriptif untuk setiap variabel pengukuran pengalaman dengan UEQ, diperoleh hasil yang positif. Variabel Daya Tarik memiliki nilai rata-rata 2,186, Kejelasan 1,150, Efisiensi 2,176, Ketergantungan 2,092, Stimulasi 2,085, dan Kebaruan 1,881. Hasil benchmark menunjukkan bahwa ada 5 variabel yang masuk ke dalam kategori sangat baik, yaitu Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketergantungan, Stimulasi, dan Kebaruan. Sementara itu, variabel visibilitas berada di bawah rata-rata. Hasil evaluasi pengalaman pengguna pada Tokopedia juga menggunakan statistik deskriptif untuk setiap variabel yang mengukur pengalaman pengguna dengan UEQ.

Hasil yang diperoleh adalah positif, dengan nilai rata-rata Daya Tarik 1,786, Ketajaman 0,991, Efisiensi 1,920, Ketergantungan 1,723, Stimulasi 1,402, dan Kebaruan 1,277. Hasil benchmark menunjukkan bahwa ada 2 variabel yang masuk dalam kategori sangat baik, yaitu Efisiensi dan Keteguhan. Variabel Daya Tarik, Stimulasi, dan Kebaruan termasuk dalam kategori baik. Sementara itu, variabel visibilitas berada di bawah kategori rata-rata.

REFERENASI

- [1] Najihatulkamilah, H. Syafri, and Qonita, "Penggunaan Smartphone Terhadap Perkembangan Sosial Anak Usia 5-6 Tahun," *J. Genta Mulia*, vol. 16, no. 1, pp. 184–188, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/download/1074/843>
- [2] Muhammad Sowwam and Afifah Permata Dimas Arwati, "Hubungan Intensitas Penggunaan Smartphone Dengan Kualitas Tidur Pada Remaja Di Sma Negeri 1 Sambungmacan," *Intan Husada J. Ilm. Keperawatan*, vol. 13, no. 01, pp. 104–113, 2025, doi: 10.52236/ih.v13i1.691.
- [3] D. Andzani and Irwansyah, "Peran Aplikasi Seluler dalam Mengubah Paradigma Bisnis dan Layanan Konsumen," *JKOMDIS J. Ilmu Komun. Dan Media Sos.*, vol. 3, no. 3, pp. 774–777, 2023, doi: 10.47233/jkomdis.v3i3.1281.
- [4] S. Melina and T. Sudrartono, "E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI DISTRO SPRK.Apparel BANDUNG," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 7, no. 1, pp. 813–829, 2023, doi: 10.31955/mea.v7i1.2925.
- [5] S. M. Prasetyo, R. Gustiawan, Faarhat, and F. R. Albani, "Analysis of Internet User Growth in Indonesia," *J. Comput. Sci. Multimed. Sci. Bull.*, vol. 2, no. 1, pp. 65–71, 2024, [Online]. Available: <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- [6] L. B. Rahayu and N. Syam, "Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat," *Ganaya J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 4, no. 2, pp. 672–685, 2021.
- [7] O. Feriyanto, S. Azhar Fadhillah, S. Nuraeni Damayanti, A. Azzahra, H. Putri Aryana, and P. Studi Akuntansi, "Penggunaan E-Commerce sebagai Media Bisnis dan Akuntansi di Era Digital (Studi Literatur)," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 8, no. 2, pp. 29328–29332, 2024.
- [8] Z. Salsabila and dkk, "Penggunaan User Experience Questionnaire Plus (UEQ+) untuk Mengevaluasi Pengalaman



DOI: 10.52362/jisamar.v9i4.2125

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- Pengguna Aplikasi Mypertamina,” *REMIK Ris. dan E-Jurnal Manaj. Inform. Komput.*, vol. 7, no. 4, pp. 1856–1867, 2023, [Online]. Available: <https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/13052>
- [9] J. . E. Aryansah and A. Rahmawati, “Pengalaman Pengguna (User Experience) Pada Aplikasi Electronic Tax (E-Tax) Di Kota Palembang,” *Spirit Publik J. Adm. Publik*, vol. 18, no. 1, pp. 116–126, 2023, [Online]. Available: <https://repository.unsri.ac.id/90396/>
- [10] M. Sunawan, H. Dwistia, K. Kurniawan, S. Hartati, and A. Sofyan, “Classroom Engagement and Mathematics Achievement of Senior and Junior High School Students,” vol. 2, no. 2, 2017, doi: 10.2991/ictte-17.2017.26.
- [11] G. Z. S. Rusydi A.Siroj, Win Afgan, Fatimah, Dian Septaria, “Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data,” *J. Rev. Pendidik. dan Pengajaran*, vol. 7, no. 3, pp. 1861–1864, 2024, [Online]. Available: <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/32467/21663/106592>
- [12] Sukmawati, Sudarmin, and Salmia, “Deveopment of quality instruments and data collection,” *J. Pendidik. dann Pengajaran Guru Sekol. Dasar*, vol. 6, no. 1, pp. 119–124, 2023.
- [13] M. S. Muhamad Afifuddin Nur, “PENGOLAHAN DATA,” *J. Ilm. Sain dan Teknol.*, vol. 2, no. 11, pp. 163–175, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/download/2764/2672/10519>



DOI: 10.52362/jisamar.v9i4.2125

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).