

EVALUASI *USER EXPERIENCE* APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN MENGGUNAKAN *USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE* (UEQ)

Ahmad Fariska Ardin¹, Pacu Putra^{2*}, Nabila Rizky Oktadini³, Allsela Meiriza⁴
Putri Eka Sevtyuni⁵

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, Indonesia

Email: ¹ardinnx@gmail.com, ^{2*}pacuputra@unsri.ac.id, ³nabila@unsri.ac.id,

⁴allsela@unsri.ac.id, ⁵putrieka@unsri.ac.id

Abstrak

E-commerce adalah toko digital yang ada tanpa perlu bertemunya penjual dan pembeli. Ada beberapa aspek pasar yang membuat konsumen merasa nyaman berbisnis, seperti *User experience* dengan fitur yang mengenali apa yang dialami konsumen. Tujuan studi ialah untuk mengetahui analisis perbandingan *user experience* aplikasi Tokopedia dengan menilai *user experience* kemudian untuk mencari aspek mana saja yang perlu ditingkatkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni studi literatur penulis mencari informasi berkaitan metode yang dipakai dan permasalahan di penelitian ini sumbernya dari buku, jurnal, artikel, dan penelitian selain itu adanya Tokopedia sebagai objek penelitian dalam Evaluasi *User Experience* (UX) menggunakan *User Experience Questionnaire*. Tokopedia punya penilaian pengalaman pengguna yang positif untuk variabel disukai pengguna, variabel produk yang mudah digunakan, variabel produk yang membantu bekerja secara efisien, variabel produk yang memungkinkan pengguna mengontrol interaksi, variabel produk yang membuat pengguna senang dan nyaman dalam penuh motivasi di tempat kerja.

Kata kunci : *Ecommerce Penggunaan, Aplikasi, User experience*, konsumen.

Abstract

E-commerce is a digital store that exists without the need for sellers and buyers to meet. There are several aspects of the market that make consumers feel comfortable doing business, such as User experience with features that recognize what consumers are experiencing. The purpose of the study is to find out the comparison analysis of the Tokopedia application's user experience by assessing the user experience and then to find out which aspects need to be improved. The method used in this research is a literature study. The author seeks information regarding the methods used and the problems in this research. The sources are from books, journals, articles, and research. In addition, there is Tokopedia as the object of research in User Experience (UX) Evaluation using the User Experience Questionnaire. Tokopedia has a positive user experience rating for variables like users, product variables that are easy to use, product variables that help work efficiently, product variables that allow users to

How to cite:	Ahmad Fariska Ardin ¹ , Pacu Putra ^{2*} , Nabila Rizky Oktadini ³ , Allsela Meiriza ⁴ Putri Eka Sevtyuni ⁵ . Evaluasi User Experience Aplikasi Tokopedia Dengan Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) (7) 11, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

control interactions, product variables that make users happy and comfortable in being motivated at work.

Keywords : *Ecommerce Usage, Application, User experience, consumer*

Pendahuluan

Ecommerce Merupakan Sebuah toko digital dimana didalamnya terdapat penjual dan pembeli tanpa harus bertemu satu sama lain. Menurut Hanson pada (Fauziah, 2020) mengemukakan “*e-commerce* didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi komersial atau perdagangan barang dan jasa dengan menggunakan sarana elektronik” Sementara pengaruh seseorang untuk belanja masih merupakan dampak dari sistem daring yang saat ini bertumbuh pesat, dampak dari *e-commerce* yaitu pada semua pembelian offline. Dimana pengaruhnya muncul pada web yang informatif.

Toko digital telah menjadi kebutuhan bagi perusahaan yang saat ini mendorong perkembangan bisnis, karena konsumen tidak diharuskan datang ke toko dimana hal ini dapat menghemat biaya finansial dan biaya iklan, jadi konsumen dapat menunggu produk yang dibeli untuk sampai pada rumah konsumen tanpa harus repot keluar dari rumah, dan dalam hal ini perusahaan dapat memasarkan produk mereka secara luas (Maulana et al., 2015). Pemerintah Indonesia masih mengadvokasi ekonomi digital. Bahkan kemarin, Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengimbau UMKM untuk mengikuti workshop *e-commerce* atau marketplace pada simposium 100 ekonom Indonesia (Aulia Damayanti, 2021). Karena tingginya jumlah pengguna smartphone, perusahaan marketplace dipaksa untuk bersaing dengan memberikan layanan yang memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk jual beli *online*. Shopee dan Tokopedia adalah dua program marketplace yang paling disukai saat ini.

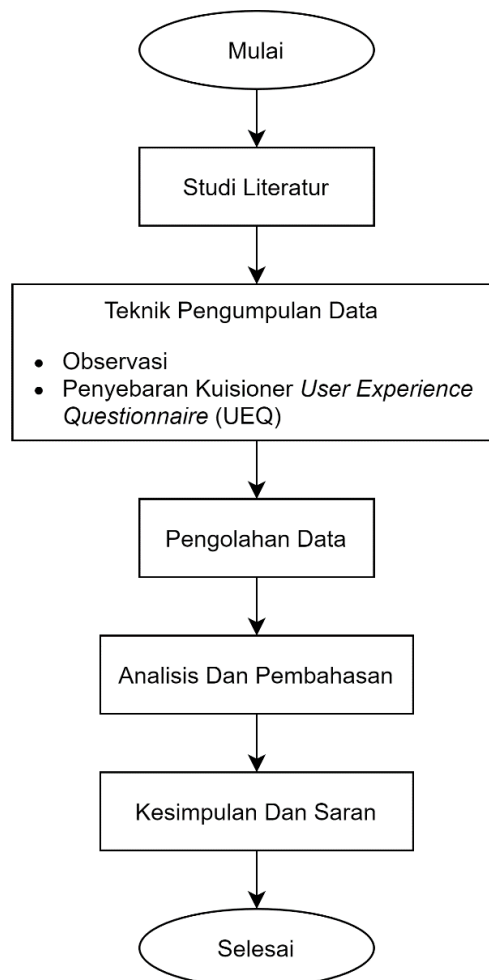
Dalam *marketplace* terdapat sebagian aspek yang membuat konsumen merasa aman dalam melaksanakan bisnis, seperti *User experience* yang memiliki fungsi untuk mengenali apa yang dialami konsumen, apakah konsumen merasa suka, memperoleh keringanan, ataupun memiliki perasaan tertekan tatkala memakai sebuah aplikasi sistem. (Lestari et al., 2016).

Beberapa penelitian telah dilakukan sebelumnya yang menghasilkan pengukuran terhadap 6 skala pengukuran yaitu *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation* dan *Novelty* (Adinegoro et al., 2018; Audi et al., 2018; Izabal et al., 2018; Novitasari et al., 2020; Widyastuti & Nugroho, 2018; Wijaya et al., 2021). Berdasarkan kajian pada penelitian tersebut, dalam penelitian ini penulis akan melakukan evaluasi pada aplikasi Tokopedia untuk mengetahui aspek mana saja yang perlu ditingkatkan agar memiliki kualitas yang sama dalam hal kegunaan dan pengalaman pengguna saat menggunakan program dalam jangka panjang.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan Tokopedia sebagai objek penelitian dalam evaluasi *User Experience* (UX) menggunakan *User Experience Questionnaire*.

Dibawah ini ialah alur dalam penelitian penulis dalam hal evaluasi *User Experience* (UX) terhadap aplikasi Tokopedia.



Gambar 1 Alur Penelitian

Di tahap studi literatur penulis mencari informasi berkaitan metode yang dipakai dan permasalahan di penelitian ini sumbernya dari buku, jurnal, artikel, dan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan literatur seperti.

Pada tahap obsevasi penulis melakukan pengamatan sebagai bagian dari studi pendahuluan melalui ulasan para pengguna Tokopedia untuk memperoleh informasi mengenai keadaan, kondisi, ataupun situasi dari objek penelitian.

Pengumpulan data oleh peneliti dilakukan dengan memakai metode survey melalui penyebaran kuisisioner kepada responden. Sesudah kuisisioner dibagikan, pengguna mengisi kuisisioner sesuai pendapat serta pengalaman saat memakai aplikasi Tokopedia. Untuk menentukan Sampel Kuesioner dibutuhkan Rumus Slovin dimana dalam hal ini Rumusnya yaitu

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Penulis menetapkan margin of errornya yaitu 10% dan diketahui bahwa jumlah pengguna aktif pada Tokopedia yaitu 135,1 juta orang(Ginee, 2021). Sehingga jika dimasukan kedalam rumus akan menjadi

$$\begin{aligned}
 &= (\text{Sampel Tokopedia}) = \frac{135100000}{1 + (135100000) (0,1)^2} \\
 &= \frac{135100000}{135100} \\
 &= 99
 \end{aligned}$$

Jadi untuk sampel kuesioner totalnya berjumlah minimal 99 responden dalam hal ini pengguna tokopedia berjumlah 200 orang, sehingga pada penelitian ini pengujian *User Experience* dilakukan lewat pengisian kuisisioner *User Experience Questionnaire* (UEQ). Kuisisioner *User Experience Questionnaire* (UEQ). Kuisisioner dibuat pada aplikasi Tokopedia berdasarkan aspek *Pragmatic Quality* dan aspek *Hedonic Quality*. Kedua aspek tersebut masing-masing memiliki komponen yang berbeda-beda. *Pragmatic Quality* memiliki 3 komponen yang terdiri dari Efisiensi (*Efficiency*), Kejelasan (*Perspicuity*), dan Ketepatan (*Dependability*). Sedangkan *Hedonic Quality* memiliki 2 komponen yakni Stimulasi (*Stimulation*) serta Kebaruan (*Novelty*). Tiap kuisisioner yang digunakan penulis dalam pengujian pada responden Tokopedia ini memiliki isi yang terdiri dari 26 pernyataan seperti di Gambar 2.

	1	2	3	4	5	6	7	
menyusahkan	○	○	○	○	○	○	○	menyenangkan
tidak dapat dipahami	○	○	○	○	○	○	○	dapat dipahami
kreatif	○	○	○	○	○	○	○	monoton
mudah dipelajari	○	○	○	○	○	○	○	sulit dipelajari
bermanfaat	○	○	○	○	○	○	○	kurang bermanfaat
membosankan	○	○	○	○	○	○	○	mengasyikkan
tidak menarik	○	○	○	○	○	○	○	menarik
tidak dapat diprediksi	○	○	○	○	○	○	○	dapat diprediksi
cepat	○	○	○	○	○	○	○	lambat
berdaya cipta	○	○	○	○	○	○	○	konvensional
menghalangi	○	○	○	○	○	○	○	mendukung
baik	○	○	○	○	○	○	○	buruk
rumit	○	○	○	○	○	○	○	sederhana
tidak disukai	○	○	○	○	○	○	○	menggembirakan
lazim	○	○	○	○	○	○	○	terdepan
tidak nyaman	○	○	○	○	○	○	○	nyaman
aman	○	○	○	○	○	○	○	tidak aman
memotivasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memotivasi
memenuhi ekspektasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memenuhi ekspektasi
tidak efisien	○	○	○	○	○	○	○	efisien
jelas	○	○	○	○	○	○	○	mbingungkan
tidak praktis	○	○	○	○	○	○	○	praktis
terorganisasi	○	○	○	○	○	○	○	berantakan
atraktif	○	○	○	○	○	○	○	tidak atraktif
ramah pengguna	○	○	○	○	○	○	○	tidak ramah pengguna
konservatif	○	○	○	○	○	○	○	inovatif

Gambar 2 Parameter *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Hasil Dan Pembahasan

Skala perevaluasian diambil dari ketentuan yang sudah terdapat dalam *UEQ Data Analys Tool*. Data yang diperoleh dari kuisisioner *user experience* menghasilkan evaluasi

rata-rata (*mean*) di setiap item pertanyaan. Adapun skala perevaluasian *user experience* bisa diketahui di Tabel 1. Skala UEQ juga dapat dikelompokkan menjadi kualitas pragmatis serta kualitas Hedonis. Kualitas Pragmatis meliputi *variable perspicuity*, *Efficiency* dan *Dependability*, dan kualitas Hedonis meliputi *Stimulation* dan *Originality*. Kualitas pragmatis mencerminkan aspek kualitas terkait tugas sedangkan kualitas Hedonis merupakan aspek kualitas yang tak terkait tugas.

Tabel 1
Keterangan Evaluasi Mean Pada Hasil UEQ Data Analys Tool

Evaluasi Mean	Keterangan
>0,8	Evaluasi Positif
-0,8 sampai 0,8	Evaluasi Netral
<-0,8	Evaluasi Negatif

Hasil Analisis *User Experience* Tokopedia

Tabel 2 menunjukkan ringkasan evaluasi rata-rata (*mean*) berdasarkan Apek Kualitas UEQ dan ke 6 variabel penilaian dan **Tabel 3** menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) setiap item *user experience*. Hasil penelitian menunjukkan *user experience* Tokopedia memberikan evaluasi positif kepada 24 variabel dan evaluasi netral pada 2 variabel. Tokopedia tidak mendapatkan evaluasi negative secara keseluruhan.

Tabel 2
Rata-rata (*mean*) *User Experience* Tokopedia

Aspek Kualitas	Nilai Skala UEQ	Aspek UX	Nilai Skala UEQ
Attractiveness	1,46	Attractiveness	1,458
		Perspiciuity	1,508
		Efficiency	1,466
Pragmatic Quality	1,46	Dependability	1,393
		Stimulation	1,409
Hedonic Quality	0,98	Novelty	0,556

Tabel 3
Rata-rata (*Mean*) *User Experience* Tokopedia Secara Keseluhan

Item	Mean	Scale
1	1,6	Attractiveness
2	1,7	Perspiciuity
3	1,0	Novelty
4	1,4	Perspiciuity
5	1,6	Stimulation
6	1,3	Stimulation
7	1,5	Stimulation
8	1,4	Dependability
9	1,2	Efficiency
10	-0,7	Novelty

11	1,7	Dependability
12	1,6	Attractiveness
13	1,6	Perspiciuity
14	1,5	Attractiveness
15	0,6	Novelty
16	1,5	Attractiveness
17	1,4	Dependability
18	1,3	Stimulation
19	1,1	Dependability
20	1,7	Efficiency
21	1,3	Perspiciuity
22	1,6	Efficiency
23	1,3	Efficiency
24	1,2	Attractiveness
25	1,4	Attractiveness
26	1,3	Novelty

Berikut penjelasan hasil analisis pevaluasian *user experience* Tokopedia secara keseluruhan berdasarkan ke enam variabel pengukurannya :

1. *Attractiveness* (Daya Tarik)

Pada variabel *attractiveness*, *user experience* Tokopedia memberikan evaluasi positif pada semua item dan variable ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa Tokopedia mendapatkan evaluasi *Attractiveness* sebesar 1,458, artinya Tokopedia berhasil memberikan pelayanan yang memuaskan, baik, menggembarakan, kenyamanan, atraktif dan ramah kepada pengguna sehingga pengguna menyukai Tokopedia.

2. *Perspiciuity* (Kejelasan)

Variabel *Perspiciuity* merupakan variable yang mendapatkan evaluasi tertinggi dibandingkan ke 5 variabel lainnya dan *user experience* Tokopedia memberikan evaluasi positif pada semua item variable ini dengan nilai evaluasi sebesar 1,508. Hal ini menunjukkan bahwa Tokopedia berhasil memberikan kejelasan kepada para pengguna, layanan aplikasi ditampilkan dengan sederhana dan jelas sehingga para pengguna mudah dan dapat memahami cara memperoleh layanan Tokopedia.

3. *Efficiency* (Efisiensi)

User experience Tokopedia memberikan evaluasi positif pada semua item variable *efficiency* dengan nilai evaluasi sebesar 1,466. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Tokopedia cepat, efisien, praktis dan terorganisir dalam melayani para penggunanya.

4. *Dependability* (Ketepatan)

Pada variable *Dependability*, *user experience* Tokopedia memberikan evaluasi positif pada semua item dengan nilai evaluasi sebesar 1,393. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Tokopedia dapat diprediksi, mendukung, aman dan dapat memenuhi ekspektasi para penggunanya.

5. *Stimulation* (Stimulasi)

Pada variabel *Simulation*, *user experience* Tokopedia memberikan evaluasi positif pada semua item dengan nilai evaluasi 1,409. Nilai tersebut menunjukkan pengguna Tokopedia merasa bahwa Tokopedia bermanfaat, mengasyikan, menarik dan memotivasi ketika digunakan.

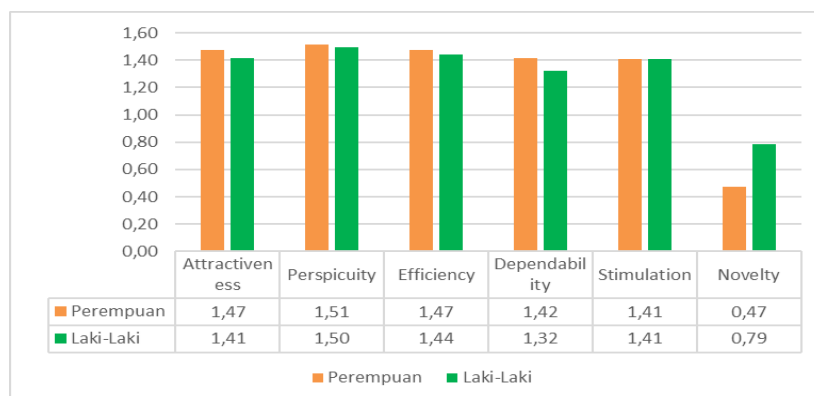
6. *Novelty* (Kebaruan)

Pada variabel *Novelty*, *user experience* Tokopedia memberikan evaluasi positif pada 2 item dan evaluasi netral pada 2 item dengan nilai evaluasi *Novelty* sebesar 0,556. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Tokopedia memiliki kebaruan namun Tokopedia kurang berdaya cipta dan lazim.

Dari hasil penelitian diperoleh hasil evaluasi semua variabel punya nilai positif, ke 6 variabel *user experience* memperoleh nilai diatas 0,8 kecuali variable *Novelty*. Seluruh variabel mendapatkan nilai diatas rata-rata nilai evaluasi, hanya item 10 dan 15 yang termasuk dalam variabel *Novelty* yang memperoleh nilai evaluasi lebih rendah dibanding variabel lain. Jika dibandingkan berdasarkan aspek kualitas, kualitas *Attractiveness* dan aspek Pragmatis punya nilai rata-rata yang sama yaitu sebanyak 1,46. Sedangkan nilai rata-rata aspek kualitas Hedonik sebesar 0,98.

Hasil Analisis *User Experience* Tokopedia Berdasarkan Jenis Kelamin

Di bagian ini, diadakan analisa menurut jenis kelamin dari pelanggan Tokopedia. Ada dua jenis kelamin di Indonesia, yakni laki-laki serta Perempuan. Hasil Evaluasi *user experience* menurut jenis kelamin bisa diketahui di Gambar 3.



Gambar 3 Visualisasi *User Experience* Tokopedia Berdasarkan Jenis Kelamin

Penjelasan analisis evaluasi *user experience* Tokopedia menurut jenis kelamin adalah sebagai berikut;

1. *Attractiveness* (Daya Tarik)

Hasil penelitian penelitian, baik pengguna laki-laki maupun perempuan memberikan evaluasi diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik pengguna perempuan maupun laki-laki menyukai Tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi rata-rata yang diberikan pengguna perempuan lebih besar yaitu sebesar 1,475 dibandingkan pengguna laki-laki yaitu sebesar 1,41. Artinya, Tokopedia lebih disukai oleh pengguna perempuan dibandingkan pengguna laki-laki.

2. *Perspicuity* (Kejelasan)

Hasil penelitian penelitian, baik pengguna laki-laki maupun perempuan memberikan evaluasi diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan bahwa Tokopedia mudah dipelajari oleh pengguna perempuan serta laki-laki. Hasil penelitian memperlihatkan evaluasi rata-rata yang diberikan pengguna perempuan lebih besar yaitu sebesar 1,51 dibandingkan pengguna laki-laki yaitu sebesar 1,49. Artinya, Tokopedia lebih mudah difahami oleh pengguna perempuan dibandingkan pengguna laki-laki.

3. *Efficiency* (Efisiensi)

Hasil penelitian penelitian, baik pengguna laki-laki maupun perempuan memberikan evaluasi diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik bagi pengguna perempuan maupun laki-laki merasa Tokopedia Efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi rata-rata yang diberikan pengguna perempuan lebih besar yaitu sebesar 1,47 dibandingkan pengguna laki-laki yaitu sebesar 1,44. Artinya, Tokopedia lebih efisien bagi pengguna perempuan dibandingkan pengguna laki-laki.

4. *Dependability* (Ketepatan)

Hasil penelitian penelitian, baik pengguna laki-laki maupun perempuan memberikan evaluasi diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik bagi pengguna perempuan maupun laki-laki merasa Tokopedia memiliki ketepatan yang baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi rata-rata yang diberikan pengguna perempuan lebih besar yaitu sebesar 1,41 dibandingkan pengguna laki-laki yaitu sebesar 1,32. Artinya, Tokopedia lebih memiliki ketepatan bagi pengguna perempuan dibandingkan pengguna laki-laki.

5. *Stimulation* (Stimulasi)

Hasil penelitian penelitian, baik pengguna laki-laki maupun perempuan memberikan evaluasi diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik bagi pengguna perempuan maupun laki-laki merasa Tokopedia memberikan stimulasi yang baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi rata-rata yang diberikan pengguna perempuan dan laki-laki sama yaitu 1,41. Artinya, baik pengguna laki-laki maupun perempuan merasa bahwa Tokopedia bermanfaat dan membantu pengguna.

6. *Novelty* (Kebaruan)

Hasil penelitian penelitian, baik pengguna laki-laki maupun perempuan memberikan evaluasi diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik pengguna perempuan maupun laki-laki berpendapat bahwa Tokopedia memiliki kebaruan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi rata-rata yang diberikan pengguna laki-laki lebih besar yaitu sebesar 1,47 dibandingkan pengguna perempuan yaitu sebesar 1,41. Artinya, Tokopedia dinilai lebih kreatif, terdepan, berdayacipta dan inovatif bagi pengguna laki-laki dibandingkan pengguna perempuan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada hasil pengujian jenis kelamin disimpulkan bahwa penelitian diatas memberikan hasil evaluasi yang positif, dan selanjutan disimpulkan bahwa evaluasi hasil analisis *User Experience* Tokopedia yaitu, Tokopedia punya

penilaian pengalaman pengguna yang positif untuk variabel disukai pengguna, variabel produk yang mudah digunakan, variabel produk yang membantu bekerja secara efisien, variabel produk yang memungkinkan pengguna mengontrol interaksi, variabel produk yang membuat pengguna senang dan nyaman dalam penuh motivasi di tempat kerja. akan tetapi untuk variabel kebaruan tokopedia perlu ditingkatkan, Oleh karena itu, upaya harus dilakukan untuk meningkatkan nilai ini dengan memperbarui tampilan aplikasi Tokopedia yang menarik dan nyaman bagi pengguna. Dengan metode UEQ dapat digunakan untuk memberikan pengukuran aspek teknis dan non-teknis yang terkait dengan emosi dan persepsi pengguna tentang kenikmatan. Kerangka kerja UEQ sebagai ukuran UX didasarkan pada persepsi kualitas pragmatis dan hedonis.

BIBLIOGRAFI

- Adinegoro, A. L. T., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2018). 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). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5862–5870. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/3439>. [Google Scholar](#).
- Agarina, M., Sutedi, S., & Karim, A. S. (2019). Evaluasi User Interface Desain Menggunakan Metode Heuristics Pada Website Sistem Informasi Manajemen Seminar Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Darmajaya. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2019 IBI DARMAJAYA Bandar Lampung*, 1, 192–200. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1718>. [Google Scholar](#).
- Audi, M., Rokhmawati, R. I., & Az-zahra, H. M. (2018). Analisis Aspek Usability dan User Experience Website dan Aplikasi Mobile Radio Streaming (Studi Pada Website dan Aplikasi Mobile Radio Prambors). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIHK) Universitas Brawijaya*, 2(12), 6391–6400. [Google Scholar](#).
- Aulia Damayanti. (2021). *Daftar Toko Online Terlaris: Tokopedia vs Shopee Siapa yang Teratas?* Finance.Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5698721/daftar-toko-online-terlaris-tokopedia-vs-shopee-siapa-yang-teratas/1>. [Google Scholar](#).
- Auliaddina, S., Puteri, A. A., Anshori, I. F., Informatika, T., Adhirajasa, U., & Sanjaya, R. (2021). *Y Perbandingan Analisa Usability Desain User Interface Pada Website Shopee Dan Bukalapak Menggunakan Metode Heuristic*. 12(3), 188–192. [Google Scholar](#).
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.792>. [Google Scholar](#).
- Ginee. (2021). *Jumlah Pengunjung Aktif Marketplace Indonesia dari Android*. <https://ginee.com/id/insights/jumlah-pengguna-marketplace-android/>. [Google Scholar](#).
- Iprice. (2021). *The Map of E-commerce in Indonesia*. Iprice.Co.Id. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>. [Google Scholar](#).

- Izabal, S. V., Aknuranda, I., & Az-zahra, H. M. (2018). Evaluasi dan Perbaikan User Experience Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan Focus Group Discussion (FGD) pada Situs Web FILKOM Apps Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(9), 3224–3232. [Google Scholar](#).
- Lasono, I. N. (2021). *Persaingan E-commerce Ketat, Shopee Unggul dalam Jumlah Kunjungan Pelanggan*.
<https://money.kompas.com/read/2021/10/08/145757126/persaingan-e-commerce-ketat-shopee-unggul-dalam-jumlah-kunjungan-pelanggan?page=all>. [Google Scholar](#).
- Lestari, P. N., Santosa, P. I., & Ferdiana, R. (2016). Pengukuran Pengalaman Pengguna Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akademik. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 2016*(Sentika), 2089–9815.
<https://fti.uajy.ac.id/sentika/publikasi/makalah/2016/53.pdf>. [Google Scholar](#).
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9. [Google Scholar](#).
- Novitasari, S. F., Mursityo, Y. T., & Rusydi, A. N. (2020). Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada E-Commerce Sociolla.Com Menggunakan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (Ueq). *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Dan Edukasi Sistem Informasi*, 1(2), 57–63.
<https://doi.org/10.25126/justsi.v1i2.9>. [Google Scholar](#).
- Nurhayati, D., Az-zahra, H. M., & Herlambang, A. D. (2019). Evaluasi User Experience Pada Edmodo Dan Google Classroom Menggunakan Technique for User Experience Evaluation in E-Learning (TUXEL) (Studi Pada SMKN 5 Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(4), 3771–3780. <http://j-ptiik.ub.ac.id>. [Google Scholar](#).
- Rafi', M. I. A. (2019). *LKP Perancangan User Interface Media Informasi Internal pada PT. Semen Indonesia*.
<http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4020/1/16410100012-2019-STIKOMSURABAYA.pdf>. [Google Scholar](#).
- Surahman, M., Widiyasono, N., & Gunawan, R. (2021). *Seri Sains dan Teknologi ANALISIS USABILITY DAN USER EXPERIENCE APLIKASI KONSULTASI KESEHATAN ONLINE MENGGUNAKAN SYSTEM USABILITY SCALE DAN USER P-ISSN 2477-3891 E-ISSN 2615-4765*. 7(1), 1–8. [Google Scholar](#).

Ahmad Fariska Ardin¹, Pacu Putra², Nabila Rizky Oktadini³, Allsela Meiriza⁴ Putri Eka Sevtiyuni⁵

Widyastuti, D. A., & Nugroho, M. R. (2018). EFEKTIVITAS TAGLINE # DijaminOri TERHADAP BRAND AWARENESS E-COMMERCE JD . ID. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 1(4), 211–225. [Google Scholar](#).

Wijaya, I. N. S. W., Santika, P. P., Iswara, I. B. A. I., & Arsana, I. N. A. (2021). Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna PaTik Bali dengan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 217. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2020762763>. [Google Scholar](#).

Wulandari, I. R., & Farida, L. D. (2018). Pengukuran User Experience Pada E-Learning Di Lingkungan Universitas Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Mantik Penusa*, 2(2), 146–151. [Google Scholar](#).

Copyright holder:

Ahmad Fariska Ardin, Pacu Putra, Nabila Rizky Oktadini, Allsela Meiriza, Putri Eka Sevtiyuni (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

