

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Interaksi Manusia dan Komputer

Interaksi adalah suatu jenis tindakan atau aksi yang terjadi sewaktu dua atau lebih objek mempengaruhi atau memiliki efek satu sama lain. Interaksi manusia dengan komputer adalah sebuah hubungan antara manusia dan komputer yang mempunyai karakteristik tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan menjalankan sebuah *system* yang bertopengkan sebuah antarmuka (*interface*). Interaksi manusia dan komputer ialah disiplin ilmu yang mempelajari suatu hubungan antara manusia serta komputer yang meliputi perancangan, evaluasi, serta implementasi antarmuka pengguna komputer agar mudah digunakan oleh manusia. Dalam lingkup IMK, interaksi adalah komunikasi antara *user* dengan komputer secara langsung maupun tidak langsung dimana komunikasi langsung melibatkan dialog dengan umpan balik (*feedback*) dan kontrol selama pelaksanaan tugas atau kerja sedangkan komunikasi tidak langsung dapat berupa *background process* atau proses *batch*. *User/manusia* adalah manusia individu, manusia yang berkelompok dalam bekerja sama atau sekumpulan manusia dalam suatu organisasi yang menghadapi sebagian dari tugas atau proses dan berusaha untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan menggunakan teknologi dan komputer. Teknologi dari *desktop* sampai *system* komputer besar, *system* pengontrolan proses atau *system embedded* yang dapat mencakup komponen non komputer, termasuk orang. [5]

Tujuan umum interaksi komputer manusia adalah untuk memenuhi kebutuhan pengguna sehingga desain produk interaktif dapat mendukung kebutuhan tersebut. Produk-produk interaktif akan gagal menarik minat pengguna jika pengguna merasa kesulitan untuk berinteraksi dengan produk-produk tersebut, walaupun memiliki fungsi-fungsi yang canggih dan terkini. Produk interaktif yang perlu dibangun menghasilkan produktivitas tinggi dalam penggunaannya. Jadi tujuan interaksi manusia komputer adalah untuk berbagi kedua tujuan yaitu tujuan dan pengalaman pengguna. [6]

2.2 Usability

Usability merupakan ukuran kualitas pengalaman *user* ketika berinteraksi dengan produk atau *system* seperti *website* atau aplikasi yang dioperasikan oleh *user*. *Usability*

berlaku untuk semua aspek *system* yang mungkin berinteraksi dengan manusia, termasuk prosedur instalasi dan pemeliharaan. Pada umumnya *usability* diukur dengan meminta sejumlah *Test User* menggunakan *system* untuk melakukan serangkaian tugas yang telah ditentukan sebelumnya, atau juga dapat diukur dengan meminta *Real User* yang berada di lapangan melakukan tugas apa pun yang sedang mereka lakukan. [7] Dalam interaksi antara manusia dengan komputer, *Usability* berkaitan dengan kemudahan dan keterbacaan informasi sekaligus pengalaman navigasi yang *user-friendly*. Pembahasan mengenai *interface* (antarmuka) yang *user-friendly* biasanya digunakan untuk halaman *website* atau perangkat lunak (*software*) agar dapat digunakan secara lebih efisien, mudah, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. [7]

Usability memiliki banyak komponen dan secara tradisional dikaitkan dengan lima atribut *Usability* seperti berikut [7]:

1. *Learnability*, berkaitan dengan seberapa mudah suatu aplikasi atau *website* digunakan, Kemudahan tersebut diukur dari pemakaian fungsi-fungsi dan fitur yang tersedia.
2. *Efficiency*, berkaitan dengan kecepatan dalam pengerjaan “tugas” dalam *website* atau aplikasi perangkat lunak tertentu.
3. *Memorability*, berkaitan dengan kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu. Kemampuan tersebut diarahkan oleh tata letak desain *interface* yang relatif tetap.
4. *Errors*, berkaitan dengan kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh yang dilakukan oleh pengguna selama berinteraksi dengan *website* atau aplikasi tertentu.
5. *Satisfaction*, berkaitan dengan kepuasan pengguna setelah menggunakan *website* atau aplikasi. Pengukuran terhadap kepuasan juga meliputi aspek manfaat yang didapat dari pengguna selama menggunakan perangkat tertentu.

Dalam hal *Errors*, Jakob Nielsen menyatakan terdapat sepuluh kesalahan yang paling banyak dilakukan dalam desain *website interface* yang bertentangan dengan *usability*. Berikut adalah sepuluh kesalahan tersebut [7]:

1. *Bad Search* (sistem pencarian yang buruk)
2. *PDF Files for Online Reading* (menampilkan materi bacaan dalam format PDF)
3. *Not Changing the Color of Visited Links* (tidak mengganti warna dari tautan yang sudah dibuka)

4. *Non-Scannable Text* (tulisan yang susah dibaca sekilas)
5. *Fixed Font Size* (ukuran huruf yang tidak bisa diubah)
6. *Page Titles With Low Search Engine Visibility* (judul halaman yang kurang terbaca mesin pencari)
7. *Anything That Looks Like an Advertisement* (seluruh konten terlihat seperti iklan)
8. *Violating Design Conventions* (tidak mematuhi peraturan desain *website*)
9. *Opening New Browser Windows* (membuka jendela *browser* baru) *Not Answering Users Questions* (tidak menjawab pertanyaan pengguna)

2.3 Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE)

Web Usability Evaluation Tool (WEBUSE) adalah metode evaluasi berbasis kuesioner yang digunakan untuk mengevaluasi *usability* dari suatu *website*. WEBUSE dikembangkan berdasarkan 4 buah metode evaluasi *usability* yaitu *WAMMI*, *WebSAT*, *Bobby*, dan *Protocol Analysis*. Metode WEBUSE tersusun dalam 4 kategori yaitu *Content*, *organization*, and *readability*, *Navigation and Links*, *User interface and design*, *Performance and effectiveness*. Metode ini terdiri dari 24 pertanyaan dan 5 jawaban untuk setiap pertanyaan. Setiap pertanyaan memiliki rentang nilai yang disebut *merit*. [8]

Langkah-langkah evaluasi *usability website* dengan menggunakan metode WEBUSE adalah sebagai berikut [9]:

1. Memilih *website* untuk dievaluasi
2. Menjawab kuesioner evaluasi *usability*
3. *Merit* digunakan berdasarkan jawaban dari responden untuk setiap pertanyaan, kemudian *merit* diakumulasikan berdasarkan 4 kategori *usability*
4. *Point* kategori *usability* adalah nilai rata-rata dari masing-masing kategori
5. *Point usability* dari *website* adalah mean value dari masing-masing kategori.
6. Tingkatan *usability* ditentukan berdasarkan *point usability*

Terdapat 5 pilihan yang tersedia disetiap pertanyaan. Pilihan kuesioner dan *merit* ditunjukkan pada tabel berikut [9]:

Tabel 2.1 Pilihan Kuesioner dan Kesesuaian Merit

Pilihan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Merit	1.00	0.75	0.50	0.25	0.00

Kemudian *merit* diakumulasikan berdasarkan 4 kategori. Mean value untuk setiap kategori dianggap sebagai *point usability* untuk setiap kategori. *Point usability* untuk kategori *x*, didefinisikan sebagai berikut [9]:

$$x = \frac{[\sum(\text{merit untuk setiap pertanyaan kategori})]}{[\text{jumlah pertanyaan}]}$$

Dimana :

x = *point usability*

\sum = jumlah seluruh *merit* untuk setiap pertanyaan dari kategori

Hasil dari keseluruhan *point usability* adalah mean value dari ke empat kategori. *Level usability* akan ditentukan berdasarkan *point usability*. Tabel berikut menunjukkan hubungan *point usability* dengan *level usability*. [10]

Tabel 2.2 Hubungan *Point Usability* dan *Level Usability*

<i>Point x</i>	$0.8 < x \leq 1.0$	$0.6 < x \leq 0.8$	$0.4 < x \leq 0.6$	$0.2 < x \leq 0.4$	$0 \leq x \leq 0.2$
<i>Level usability</i>	<i>Excellent</i>	<i>Good</i>	<i>Moderate</i>	<i>Poor</i>	<i>Bad</i>

Sehingga dengan mengikuti panduan metode WEBUSE akan didapatkan hasil pengukuran *usability* untuk setiap kategori. Dengan menjumlahkan setiap nilai kategori nilai akan direpresentasikan oleh hasil akhir dengan melihat *level usability*. *Level usability* yang tinggi akan menunjukkan kepuasan pengguna yang tinggi, dan sebaliknya *level usability* yang rendah akan menunjukkan kepuasan pengguna yang rendah. Sehingga berdasarkan hasil dari *level usability* tersebut dapat diketahui aspek mana yang akan dikembangkan atau diperbaiki.

[9]

2.4 Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel adalah langkah pertama dan aspek penting dari keseluruhan proses analisis. Teknik pengambilan sampel dilakukan agar menyerupai, yang tujuannya adalah untuk menghilangkan kebingungan di antara teknik-teknik yang terlihat agak mirip satu sama lain. Teknik pengambilan sampel, menjelaskan teknik apa yang paling cocok untuk berbagai jenis penelitian, sehingga seseorang dapat dengan mudah memutuskan teknik mana yang dapat diterapkan dan paling cocok untuk proyek penelitiannya. Tujuan pengambilan sampel adalah untuk mempelajari hubungan antara distribusi variabel dalam populasi sasaran

dan distribusi variabel yang sama dalam sampel penelitian. Untuk tujuan ini, antara lain, untuk menentukan kriteria inklusi (karakteristik klinis, demografis, temporal, dan geografis subjek yang membentuk populasi penelitian) dan kriteria eksklusi (karakteristik subjek yang dapat mengganggu kualitas atau interpretasi data) dari hasil. [11]

2.4.1 Simple Random Sampling

Simple random sampling merupakan teknik penentuan sampel yang dilakukan secara acak dengan menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, memberikan nomor urut pada semua satuan sampel yang diambil serta dapat mewakili wilayah penelitian dalam pengambilan sampel secara keseluruhan. *Simple random sampling* pada umumnya digunakan jika populasi bersifat homogen. Cara pengambilan sampel bisa dilakukan dengan acak yaitu, memilih individu sampel yang akan digunakan secara acak untuk mewakili populasi secara keseluruhan. *Simple random sampling* digunakan dengan acak (undian) atau menggunakan pendekatan bilangan random. [12]



Gambar 2.1 Teknik Simple Random Sampling

Dalam teknik ini, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai subjek. Seluruh proses pengambilan sampel dilakukan dalam satu langkah dengan masing-masing subjek dipilih secara independen dari anggota populasi lainnya. Berikut adalah keuntungan dan kekurangan dari teknik *simple random sampling* [11]:

1. Keuntungan Pengambilan Sampel Acak Sederhana

Salah satu hal terbaik tentang pengambilan sampel acak sederhana adalah kemudahan pengumpulannya. Ini juga dianggap sebagai cara yang adil untuk memilih sampel dari populasi tertentu karena setiap anggota diberi kesempatan yang sama untuk dipilih. Fitur kunci lain dari sampling acak sederhana adalah keterwakilannya dari populasi. Secara

teoritis, satu-satunya hal yang dapat mengkompromikan representasinya adalah keberuntungan. Jika sampel tidak mewakili populasi, variasi acak disebut kesalahan sampling. Pemilihan acak yang tidak bias dan sampel yang representatif penting untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Salah satu tujuan penelitian adalah untuk dapat membuat kesimpulan tentang populasi dari hasil yang diperoleh dari sampel.

2. Kekurangan Pengambilan Sampel Acak Sederhana

Salah satu keterbatasan yang paling jelas dari metode pengambilan sampel acak sederhana adalah kebutuhannya akan daftar lengkap semua anggota populasi. Daftar populasi harus lengkap dan terbaru. Daftar ini biasanya tidak tersedia untuk populasi besar. Dalam kasus seperti itu, lebih baik untuk menggunakan teknik sampling lain.

2.4.2 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang diteliti, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. [13]

2.4.3 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi yang terlalu besar, keterbatasan waktu dan dana memungkinkan peneliti untuk tidak meneliti seluruh populasi, sehingga peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut untuk diteliti. Sampel yang diambil harus memberikan gambaran yang baik tentang populasi karena akan mempengaruhi gambaran keseluruhan populasi. [13]

2.4.4 Rumus Slovin

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi. Semakin kecil jumlah populasi maka semakin besar kesalahan generalisasi. Untuk menentukan ukuran sampel dari sebuah populasi dapat dilakukan dengan menggunakan

Rumus *Slovin*. Pedoman menentukan jumlah sampel menurut pendapat *Slovin* dapat dilihat sebagai berikut [14]:

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

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = *margin of error* (margin kesalahan yang diinginkan, misalnya 10%)

Contohnya, jika ukuran populasi sebesar 9000 dan *margin of error* yang diinginkan adalah 2%. Melalui perhitungan, ukuran sampel yang didapatkan adalah 1957. Berikut adalah cara perhitungan ukuran sampel diatas [14]:

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

$$n = \frac{9000}{1 + 9000 (0,02)^2}$$

$$n = \frac{9000}{1 + 9000 (0,0004)}$$

$$n = \frac{9000}{1 + 9000 (0,0004)}$$

$$n = \frac{9000}{1 + 3,6}$$

$$n = \frac{9000}{4,6}$$

$$n = 1957$$

Selalu ingat bahwa asumsi distribusi normal populasi harus dipertimbangkan. Ketika perkiraan populasi anda terlalu kecil atau buruk, rumus ukuran sampel ini tidak berlaku. Berikut adalah informasi tambahan berupa tabel yang menunjukkan *margins of error* yang tidak berlaku untuk beberapa ukuran populasi [14]:

Tabel 2.3 Ukuran Sampel Untuk Margin of Error Yang Spesifik

<i>Margins of Error</i>						
<i>Population</i>	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
500	*	*	*	*	222	83
1500	*	*	638	441	316	94
2500	*	1250	769	500	345	96
3000	*	1364	811	517	353	97
4000	*	1538	870	541	364	98
5000	*	1667	909	556	370	98
6000	*	1765	938	566	375	98
7000	*	1842	959	574	378	99
8000	*	1905	976	580	381	99
9000	*	1957	989	584	383	99
10000	5000	2000	1000	588	385	99
50000	8333	2381	1087	617	387	100

Asterisk ()* yang ada di dalam tabel diatas menunjukkan bahwa asumsi perkiraan normal terlalu kecil atau buruk dan rumus ukuran sampel tidak berlaku. Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan, ada beberapa standar berupa ukuran minimum yang dapat diterima sebagai berikut [14]:

1. *Descriptive Research*, 20% untuk populasi yang lebih kecil seperti 500 ke bawah dan 10% dari populasi untuk populasi yang lebih besar seperti 1000
2. *Experimental Research*, minimal 30 per grup tetapi 15 subjek dapat diterima
3. *Ex post factor or causal comparative group*, 15 subjek per penelitian
4. *Correlational research*, 30 subjek

2.4.5 Rumus Koefisien Korelasi Pearson Product Moment

Koefisien korelasi merupakan angka hubungan kuatnya antara dua variabel atau lebih. Koefisien korelasi product moment merupakan teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data dari dua variabel atau tersebut adalah sama. Koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r^2), koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen. Dalam penelitian ini penulis

menggunakan persamaan koefisien korelasi product moment karena data yang memiliki skala ukur rasio. Rumus korelasi product moment adalah sebagai berikut [15]:

$$\frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} (n \sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Keterangan: n = Jumlah titik pasangan (X, Y) X = Nilai variabel X (NIM) Y = Nilai variabel Y (ROA) Korelasi product moment dilambangkan (r) koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Bila hubungan antara dua variabel atau lebih itu mempunyai koefisien korelasi = 1 atau = -1, maka hubungan tersebut sempurna. Interpretasi Terhadap koefisien korelasi disajikan pada tabel berikut [15]:

Tabel 2.4 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

2.4.6 Rumus Cronbach Alpha

Pengujian reliabilitas menggunakan uji Cronbach Alpha dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari satu. Instrumen tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, angket, atau kuesioner. Rumus koefisien reliabilitas Cronbach Alpha adalah sebagai berikut [16]:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*

k = Jumlah item soal

$\sum S_i^2$ = Jumlah varians skor tiap item

S_t^2 = Varians total

Rumus varians item dan varians total [16]:

$$S_{i^2} = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

$$S_{t^2} = \frac{\sum x_t^2}{n} - \frac{(\sum x_t)^2}{n^2}$$

S_{i^2} = varians tiap item

JKi = jumlah kuadrat seluruh skor item

JKs = jumlah kuadrat subjek

n = jumlah responden

S_{t^2} = varians total

x_t = skor total

Jika koefisien reliabilitas Cronbach Alpha telah dihitung (r_i), nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan kriteria koefisien reliabilitas Cronbach Alpha untuk instrumen yang reliabel. Instrumen dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas Cronbach Alpha lebih dari 0,70 (r_i), > 0,70). [16]

2.5 Marketplace

Marketplace sebagai media di mana transaksi antara penjual dan pembeli berbasis internet sudah ada di Indonesia. Produk - produk ini berkisar dari makanan, pakaian, peralatan rumah tangga yang dijual di sebuah situs di mana situs tersebut merupakan penghubung antara penjual dan calon pembeli. Mungkin terasa kurang aman ketika ada penjual dan pembeli melakukan transaksi tetapi tidak bertemu langsung di antara mereka. Tidak semua situs menyediakan layanan pelanggan, sehingga pembeli yang bijak harus dapat memilih *website* atau aplikasi *online* yang memfasilitasi proses pembelian dan penjualan berbagai toko. Padahal, pasar *online* memiliki konsep yang kurang lebih sama dengan pasar tradisional. Pada dasarnya, pemilik pasar tidak bertanggung jawab atas barang yang dijual karena pekerjaan mereka adalah menyediakan tempat bagi penjual yang ingin menjual dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan dan membuat transaksi lebih sederhana dan lebih mudah. Transaksi itu sendiri memang diatur oleh pasarnya. Kemudian setelah menerima pembayaran, penjual akan mengirimkan barang ke pembeli. Salah satu alasan mengapa pasar terkenal adalah karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya. Banyak yang menggambarkan pasar *online* sebagai *department store*. [17]

Marketplace adalah media *online* berbasis internet (berbasis *web*) tempat aktivitas bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat menemukan pemasok sebanyak

mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga mendapatkan harga pasar yang sesuai. Sedangkan untuk pemasok/penjual dapat mengetahui perusahaan yang membutuhkan produk/layanan mereka. *Marketplace* adalah bagian dari *e-commerce*. Berikut ada empat jenis *marketplace*, antara lain [17]:

1. *Private marketplace*, dalam bentuk pasar *online* tertutup di mana satu pihak (penjual/pembeli) menentukan dengan siapa pihak tersebut bertransaksi, sistemnya satu ke banyak.
2. *Sell side marketplace*, perusahaan bertindak sebagai penjual untuk menentukan siapa pembeli, kemudian pembeli dengan penawaran harga terbaik yang akan bertransaksi dengan perusahaan. Jadi ini semacam lelang tertutup.
3. *Buy side marketplace*, perusahaan bertindak sebagai pembeli, menentukan siapa penjual yang memenuhi syarat, kemudian penjual dengan penawaran produk dan harga terbaik akan bertransaksi dengan perusahaan.
4. *Public marketplace*, dalam bentuk pasar *online* terbuka dengan banyak penjual dan pembeli (banyak ke banyak).

Marketplace memiliki tiga fungsi, yaitu [17]:

1. Menyamakan minat pembeli dan penjual
2. Memfasilitasi pertukaran informasi, barang, layanan, dan pembayaran yang juga terkait dengan transaksi pasar.
3. Menyediakan infrastruktur kelembagaan, seperti hukum, kebutuhan rutin, yang memungkinkan berfungsinya pasar secara efisien.

Kesimpulannya, *marketplace* adalah wadah dan aplikasi komunitas bisnis elektronik yang menyediakan pasar di dalamnya berisi perencanaan dan implementasi konsepsi, distribusi, penetapan harga, dalam bentuk barang atau jasa yang dengan tujuan memuaskan individu dan organisasi. [17]

2.6 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian:

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
----	---------------	------------------	------------------	---------------------	-------

1	Muhammad Fahri, Diasta Ratmananda, M. Rizki Zulfikar, Risky Setiani Putri, Sri R. Natasia [18]	2021	Analisis Aspek Usability pada Website PDAM XYZ Kota XYZ dengan Metode WEBUSE	<i>Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, Design User Interface, Performance and Effectiveness</i>	Hasil perhitungan dan rekapitulasi evaluasi dengan menggunakan metode WEBUSE pada website PDAM XYZ Kota XYZ di masing-masing variabel didapatkan hasil <i>level usability</i> dari tiap pernyataan yaitu "good" dan "excellent" yang berarti tidak perlu dilakukan perbaikan atau penambahan pada website PDAM XYZ Kota XYZ.
2	Ali Abdul Jabbar Ibnurozi, Rusmala Santi, Catur Eri Gunawan [19]	2020	Analisis Pengukuran Usability Pada Situs Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan Dengan Menggunakan Metode Webuse	<i>Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, Design User Interface, Performance and Effectiveness</i>	nilai mean <i>value point usability</i> keseluruhan situs Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan mendapatkan nilai sebesar 0.76 Sehingga dapat disimpulkan bahwa situs Badan Pusat

					Statistik Sumatera Selatan memiliki <i>level usability</i> di tingkatan baik.
3	Jamilah Karaman [20]	2020	Analisis <i>Usability</i> Aplikasi Cizgi Rent A Berbasis <i>Mobile</i> Menggunakan Metode WEBUSE	<i>Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, Design User Interface, Performance and Effectiveness</i>	Hasil penelitian menunjukkan <i>point usability variabel Content, Organization & Readability</i> mendapatkan x sebesar 0,62 yang berarti <i>level usability</i> secara keseluruhan adalah “ <i>Good</i> ”. Sedangkan untuk variabel <i>Navigation and Links</i> mendapat x sebesar 0,64 yang berarti <i>level usability</i> secara keseluruhan adalah “ <i>Good</i> ”. Untuk variabel <i>Desain User Interface</i> didapat x sebesar 0,42 yang berarti <i>level usability</i> secara keseluruhan adalah “ <i>Bad</i> ”. Terakhir variabel

					<i>Performance and Effectiveness</i> didapat nilai x sebesar 0,50 yang berarti <i>level usability</i> secara keseluruhan adalah “ <i>Moderate</i> ”.
4	Andiputra, Rinabi Tanamal [9]	2020	ANALISIS <i>USABILITY</i> MENGGUNAKAN METODE WEBUSE PADA <i>WEBSITE</i> KITABISA.COM	<i>Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, Design User Interface, Performance and Effectiveness</i>	Hasil yang didapatkan berdasarkan keempat variabel tersebut adalah <i>Good</i> atau sudah baik dengan walaupun dengan skor berbeda beda. Untuk variabel <i>Content, Organization, and Readability</i> mendapatkan skor 0.77, variabel <i>Navigation and Links</i> mendapatkan skor 0.75, variabel <i>Desain User Interface</i> mendapatkan skor 0.70, variabel <i>Performance and Effectiveness</i> mendapatkan

					<p>skor 0.76. Variabel <i>Content, Organization, and Readability</i> mendapatkan skor tertinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa isi konten sudah menarik atau selalu ter <i>update</i> dan juga pengelompokan pada menu sudah baik dan mudah dibaca. Dan variabel <i>user interface</i> merupakan variabel yang perlu diperbaiki.</p>
5	Danar Shidky Pertiwi, Danang Dwijo Kangko dan Indah Kurnianingsih [8]	2021	ANALISIS <i>USABILITY</i> SITUS <i>WEB VOCABULARY CONTROL</i> NUSANTARA MENGGUNAKAN METODE WEBUSE	<i>Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, Design User Interface, Performance and Effectiveness</i>	<p>Penelitian dilakukan untuk menguji halaman <i>homepage</i> dan <i>backend</i> situs <i>web vocabulary control</i>. Mean <i>value</i> yang didapatkan berdasarkan akumulasi dari 4 kategori pada evaluasi <i>homepage</i> didapatkan nilai 0.65 dengan <i>level usability</i></p>

					GOOD, sedangkan evaluasi terhadap halaman <i>Backend</i> didapatkan nilai 0.625 dengan <i>level usability GOOD</i> .
6	Sion Anggelo Sinaga, Henri Pratama Purba, Leonardo Saputra Sianturi, Rin Rin Meilani Salim, Handoko [21]	2021	Evaluasi <i>Usability Website</i> Tokopedia.Com Dan BliBli.Com Dengan Menggunakan Metode Webuse	<i>Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, Design User Interface, Performance and Effectiveness</i>	Berdasarkan penelitian terhadap situs <i>web</i> Tokopedia.com dan BliBli.com didapatkan hasil yang menunjukkan situs Tokopedia.com lebih baik dari pada situs BliBli.com pada kriteria <i>Content, Organization and Readability, Navigation and Links, dan Performance and Effectiveness</i> . Sedangkan pada kriteria <i>User Interface Design</i> memiliki skor yang sama.