

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Website

Website adalah kumpulan halaman *web* yang berisi informasi dalam bentuk berbagai media, seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi yang disajikan melalui jaringan internet. *Website* dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada pengguna yang menggunakan perangkat komputer dan terhubung ke internet. *Website* memiliki dua sifat, yaitu statis dan dinamis. *Website* yang bersifat statis ialah *web* yang informasinya tidak berubah-ubah, yang berarti informasi dari dokumen *web* tidak dapat berubah jika tidak ada interaksi. *Website* yang bersifat dinamis ialah *web* yang isinya dapat berubah-ubah setiap saat [15].

2.2 Aplikasi

Aplikasi adalah implementasi konsep yang mencakup program-program dirancang untuk membantu pengguna dalam menjalankan tugas-tugas tertentu. Ini adalah serangkaian instruksi atau pernyataan yang dibuat untuk mengubah *input* menjadi *output* dalam sistem digital. Aplikasi memiliki fungsi penting dalam memproses data dan melaksanakan aktivitas seperti pembuatan dokumen atau manipulasi data. Sebagai perangkat lunak, aplikasi mengolah data, memfasilitasi kegiatan seperti pembuatan dokumen, dan memenuhi berbagai kebutuhan seperti sistem bisnis, layanan masyarakat, periklanan, dan proses-proses yang hampir dilakukan oleh manusia [16].

2.3 Interaksi Manusia dan Komputer (IMK)

Menurut Nidhom, Interaksi Manusia dan Komputer (IMK) adalah bidang studi yang melibatkan desain, implementasi, dan evaluasi sistem komputasi interaktif untuk penggunaan manusia, serta mempelajari ruang lingkupnya. IMK melibatkan tindakan atau aksi yang terjadi antara manusia, sebagai makhluk hidup, dengan komputer, sebagai alat untuk mengolah data, dimana keduanya saling mempengaruhi [17].

Faktor-faktor yang mempengaruhi pembuatan IMK mencakup [18]:

1. Manusia: Faktor ini muncul karena adanya keinginan manusia untuk menjalankan tugas lebih mudah.

2. Komputer: Faktor ini mencakup media yang digunakan dalam berinteraksi, termasuk bahasa pemrograman, *input* dan *output*.
3. Fungsi: Pembuatan IMK didasari oleh faktor fungsi, yaitu hasil akhir yang dapat membantu manusia dalam pekerjaannya.

Pendekatan IMK dibagi menjadi 4 bagian, yaitu [18]:

1. Segi manusia: Manusia dianggap sebagai sistem pemroses informasi, yang menerima dan menanggapi informasi melalui indra, menyimpannya dalam ingatan, kemudian memproses dan mengaplikasikannya.
2. Segi komputer: Komputer adalah perangkat elektronik yang dapat digunakan untuk mengolah data dengan bantuan program yang dapat memberikan informasi dan hasil dari pengolahan tersebut. Sistem komputer terdiri dari prosesor, memori, dan *input/output* (I/O). Fungsinya adalah menjalankan program-program dengan instruksi yang disimpan dalam memori dan dieksekusi melalui CPU.
3. Segi interaksi: Interaksi adalah proses komunikasi antara pengguna dengan sistem komputer. Sistem interaksi menerjemahkan keinginan pengguna terhadap sistem yang ada melalui antarmuka pengguna. Komunikasi ini terjadi tanpa komunikasi langsung, yaitu pengguna menyampaikan instruksi kepada komputer, dan komputer merespon dengan beragam cara yang kemudian mendorong pengguna untuk memberikan umpan balik.
4. Segi paradigma dan prinsip: Terdapat dua pendekatan untuk membangun sistem interaktif dan mengukur atau mendemonstrasikan kegunaan (*usability*) sistem interaktif.
 - a. Paradigma: Sistem interaktif yang berhasil/sukses pada umumnya akan meningkatkan kegunaan (*usability*) sistem tersebut.
 - b. Prinsip: Interaksi yang efektif dari berbagai aspek pengetahuan, seperti psikologi, komputasi, dan sosiologi, mengarahkan pada peningkatan desain dan evolusi produk, yang pada akhirnya akan meningkatkan kegunaan (*usability*) sistem tersebut.

2.4 User Experience (UX)

Menurut Pamela B. Deacon, *user experience* (UX) adalah proses membangun produk yang memberikan solusi bagi masalah pelanggan, menciptakan loyalitas pelanggan, dan menjalin hubungan bisnis berkelanjutan. UX berfokus pada pengguna dan kebutuhannya, melibatkan proses pembuatan produk dan layanan yang memberikan pengalaman

bermanfaat dan relevan. Ini mencakup desain seluruh proses memperoleh dan mengintegrasikan produk, termasuk *branding*, desain, kegunaan, dan fungsi. UX dapat dilihat sebagai berbagai cara untuk meningkatkan kualitas interaksi antara pengguna dan setiap aspek perusahaan. UX didefinisikan sebagai proses mendesain produk yang bermanfaat, mudah digunakan, dan menyenangkan bagi pengguna akhir [19].

Menurut Frank Gu, agar mendapatkan UX yang baik dibutuhkan empat elemen, yaitu [20]:

1. Kegunaan (*usability*) mencakup kemudahan bagi pengguna untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diinginkan melalui produk. Contohnya, dalam sebuah fitur *website*, pengguna dapat dengan mudah memberikan pesan hanya dengan menekan tombol *Message*.
2. Bernilai (*valuable*) mengacu pada kesesuaian antara fitur produk dengan kebutuhan pengguna. Meskipun suatu produk mudah digunakan, namun jika tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka produk tersebut kehilangan nilai yang sebenarnya.
3. Kemudahan untuk mengakses (*adoptability*) menunjukkan bahwa sebuah produk tidak hanya bernilai, tetapi juga mudah ditemukan dan diakses oleh pengguna. Produk yang baik harus mudah ditemukan, dibeli, dan diunduh, serta memungkinkan pengguna memulai penggunaan produk dengan mudah.
4. Kesukaan (*desirability*) berkaitan dengan daya tarik emosi. Sebuah produk dianggap memiliki UX yang baik jika pengguna merasakan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakannya.

Prinsip-prinsip UX adalah suatu proses atau pedoman dalam penggunaan produk untuk kesederhanaan, aksesibilitas, dan desain yang menyenangkan saat elemen-elemen organisasi dipilih dan diciptakan. Prinsip-prinsip ini mencakup [19]:

1. Memenuhi kebutuhan pengguna: Desain UX bertujuan memahami dan memenuhi kebutuhan pengguna. Organisasi bisnis perlu meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyediakan produk berkualitas yang sesuai dengan apa yang pengguna cari. Apa yang mungkin brilian bagi organisasi belum tentu sama bagi pengguna.
2. Memahami tahapan desain saat ini: Mengetahui tahap desain saat ini memungkinkan pelaksanaan survei dan wawancara pengguna untuk mengetahui kebutuhan pengguna.
3. Hierarki yang jelas: Salah satu prinsip desain UX adalah memastikan memiliki hierarki yang jelas. Ada dua jenis hierarki. Pertama, hierarki yang menjelaskan

bagaimana konten disusun sepanjang proses desain. Kedua, hierarki grafis yang memungkinkan pengguna menavigasi dengan mudah dalam sebuah halaman tanpa kesulitan.

4. **Konsistensi:** Pengguna mengharapkan produk memiliki tampilan yang familiar dengan produk yang biasa mereka gunakan. Ini memudahkan pengguna beradaptasi dengan produk baru tanpa harus mempelajari proses baru. Konsistensi mempermudah proses desain bagi desainer.
5. **Aksesibilitas dan *usability*:** Desainer harus memastikan bahwa desain dapat digunakan dan diakses oleh sebanyak mungkin pengguna akhir, termasuk orang-orang dengan disabilitas. *Usability* adalah prinsip penting dalam desain UX. Seberapa brilian atau menariknya suatu desain, hal itu tidak akan bermakna jika tidak dapat digunakan dengan mudah dan aman.
6. **Metafora yang sederhana:** Kesederhanaan telah menjadi praktik terbaik dalam desain grafis. Desain yang berfokus pada UX harus menghindari istilah-istilah ambigu dan menggunakan kata-kata yang sederhana dan mudah dimengerti oleh pengguna.

2.5 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah sebuah alat yang memudahkan pengolahan data survei terkait pengalaman pengguna. Alat ini mudah digunakan, memiliki tingkat kepercayaan dan validitas yang tinggi, dan dapat melengkapi data dari metode evaluasi lain dengan penilaian kualitas secara subjektif. UEQ memberikan penilaian cepat terhadap pengalaman pengguna dalam interaksi dengan suatu produk. Skala UEQ dirancang untuk menggambarkan impresi yang komprehensif terhadap pengalaman pengguna, dengan *format* UEQ yang memungkinkan pengguna menyampaikan perasaan, kesan, dan sikap mereka secara langsung saat berinteraksi dengan produk tersebut [21].

2.5.1 Struktur Skala *User Experience Questionnaire* (UEQ)

UEQ terdiri dari 6 skala dengan total 26 pertanyaan [13]:

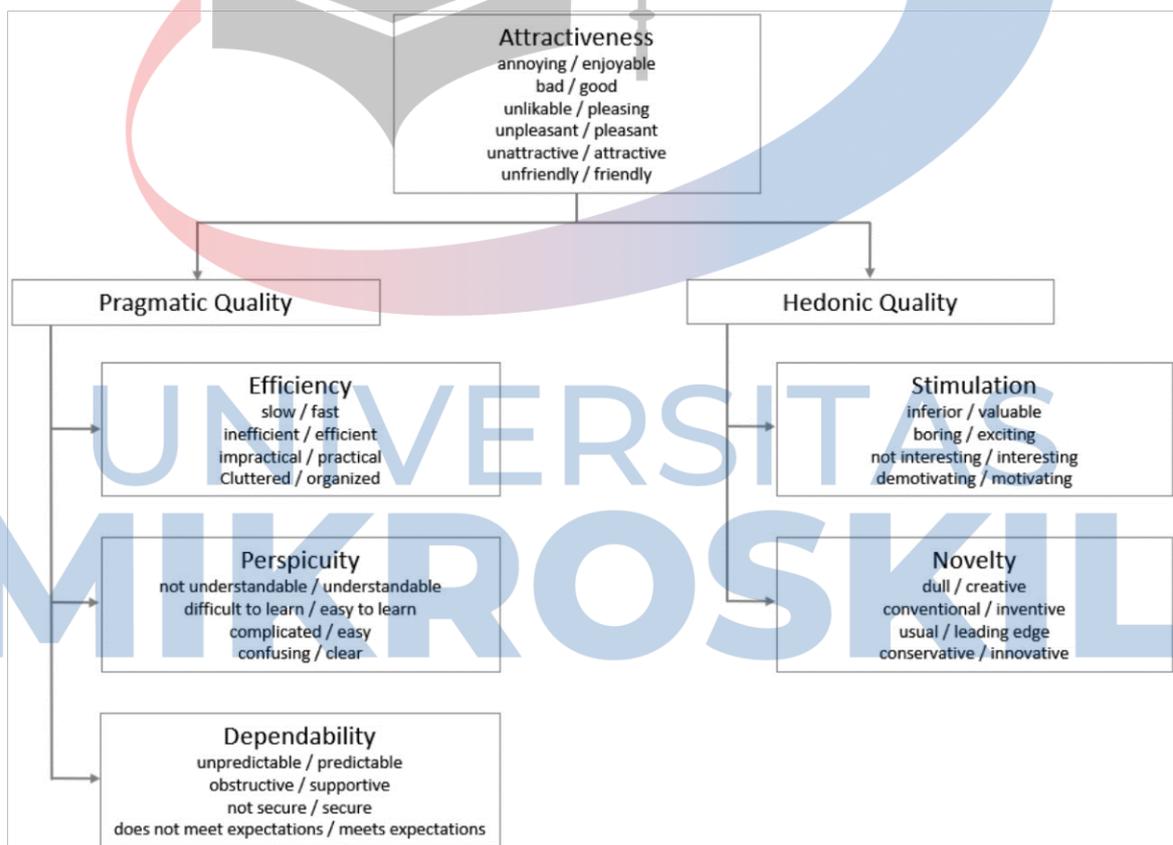
1. **Daya tarik (*attractiveness*):** Kesan keseluruhan tentang produk. Apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai produk?
2. **Kejelasan (*perspicuity*):** Apakah mudah untuk mengenal produk ini? Apakah mudah untuk belajar cara menggunakan produk ini?
3. **Efisiensi (*efficiency*):** Apakah pengguna dapat menyelesaikan tugas-tugas mereka tanpa usaha yang tidak perlu?

4. Ketepatan (*dependability*): Apakah pengguna merasa dapat mengendalikan interaksi tersebut?
5. Stimulasi (*stimulation*): Apakah menggunakan produk ini mengasyikkan dan memotivasi?
6. Kebaruan (*novelty*): Apakah produk ini inovatif dan kreatif? Apakah produk ini menarik minat pengguna?

Dari keenam skala UEQ tersebut, UEQ dapat dibagi menjadi 3 aspek [13]:

1. *Attractiveness* merupakan dimensi valensi murni.
2. *Perspiciuity*, *efficiency*, dan *dependability* merupakan aspek kualitas pragmatis (berorientasi pada tujuan).
3. *Stimulation* dan *novelty* merupakan aspek kualitas hedonis (tidak berorientasi pada tujuan).

Berikut ini merupakan gambar dari struktur skala UEQ [13]:



Gambar 2.1 Struktur Skala UEQ

Berikut merupakan gambar instrumen pertanyaan beserta susunan dan pilihan skala yang digunakan dalam bahasa Indonesia [9]:

	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 2.2 Instrumen Pertanyaan UEQ

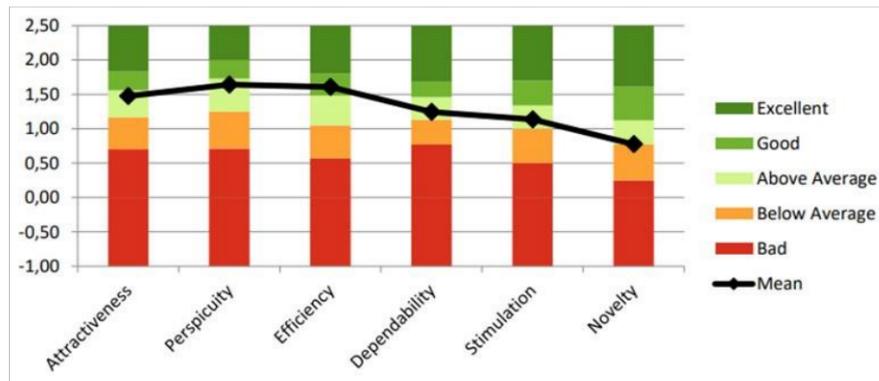
2.5.2 Benchmark User Experience Questionnaire (UEQ)

UEQ menyediakan *benchmark*. *Benchmark* ini diperbarui setahun sekali. Untuk mengunduh versi terbaru dari *Excel-Tool*, kunjungi *website* www.ueq-online.org [13].

Benchmark menggolongkan produk ke dalam lima kategori [13]:

1. *Excellent*: Dalam kisaran 10% hasil terbaik.
2. *Good*: 10% dari hasil dalam *set data benchmark* lebih baik dan 75% hasilnya lebih buruk.
3. *Above average*: 25% dari hasil dalam *benchmark* lebih baik daripada hasil untuk produk yang dievaluasi, 50% hasilnya lebih buruk.
4. *Below average*: 50% dari hasil dalam *benchmark* lebih baik daripada hasil untuk produk yang dievaluasi, 25% hasilnya lebih buruk.
5. *Bad*: Dalam kisaran 25% dari hasil terburuk.

Berikut merupakan grafik *benchmark* dari *Excel-Tool* yang menunjukkan bagaimana kualitas UX produk dievaluasi [13]:



Gambar 2.3 Grafik *Benchmark*

Hasil dari *benchmark* tersebut dapat memberikan gambaran sejauh mana kualitas UX dari produk yang dievaluasi dibandingkan dengan produk lain yang sudah diukur. Dengan membandingkan hasil *benchmark*, peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk yang dinilai serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas UX [13].

2.5.3 Cronbachs Alpha-Coefficient

Koefisien alfa (*cronbach*) merupakan ukuran konsistensi suatu skala. Tidak ada pedoman umum mengenai seberapa besar nilai koefisien yang diharapkan. Banyak peneliti berpendapat bahwa skala harus menunjukkan nilai alfa $> 0,7$ agar dianggap konsisten, namun pandangan ini lebih bersifat praktis daripada berdasarkan fakta statistik yang kuat. Terutama saat menggunakan sampel kecil (misalnya kurang dari 50 responden), nilai koefisien alfa harus ditafsirkan secara hati-hati [13].

Jika nilai koefisien alfa menunjukkan penyimpangan yang signifikan dari nilai yang diharapkan, seperti 0,6 atau 0,7, hal ini bisa menjadi petunjuk bahwa beberapa *item* dalam skala ditafsirkan secara tidak konsisten oleh beberapa peserta. Dalam situasi semacam itu, perlu diperiksa skor untuk setiap *item* dan korelasi antar *item*. Hal ini dapat memberikan petunjuk apakah terdapat kesalahpahaman umum terhadap suatu *item* karena konteks penilaian yang berbeda [13].

2.6 Teknik Sampling

Teknik *sampling* memiliki peranan penting dalam suatu penelitian karena berfungsi untuk menentukan anggota populasi yang akan diambil sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu [22]:

1. *Probability Sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini terdiri dari 4 jenis, yaitu [22]:

- a. *Simple random sampling* adalah teknik yang disebut *simple* karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.
 - b. *Proportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan jika populasi mempunyai anggota yang heterogen dan berstrata secara proporsional.
 - c. *Disproportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel jika populasi berstrata tetapi tidak proporsional.
 - d. *Area (cluster) sampling* adalah teknik pengambilan sampel daerah yang digunakan untuk menentukan sampel jika objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas.
2. *Non-Probability Sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini terdiri dari 6 jenis, yaitu [22]:

- a. *Sampling sistematis* adalah teknik pengambilan sampel dengan memilih anggota populasi berdasarkan urutan yang telah ditentukan. Contohnya, anggota populasi diberi nomor urut dari 1 hingga 50, lalu pengambilan sampel dapat dilakukan dengan memilih bilangan ganjil, genap, atau kelipatan suatu bilangan tertentu.
- b. *Sampling kuota* adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu hingga mencapai jumlah (kuota) yang diinginkan.
- c. *Sampling aksidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dianggap sesuai sebagai sumber data.
- d. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Misalnya, dalam penelitian tentang makanan, sampelnya adalah orang yang ahli dalam makanan. Teknik ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif.
- e. *Sampling jenuh* adalah teknik pengambilan sampel di mana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini umumnya dilakukan jika jumlah

populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Sampel jenuh juga dikenal sebagai sensus, di mana semua anggota populasi dijadikan sampel.

f. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang awalnya dimulai dengan jumlah kecil dan kemudian membesar.

2.7 Cochran

Rumus *Cochran* digunakan untuk menghitung ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk mencapai tingkat presisi, tingkat kepercayaan, dan estimasi proporsi atribut tertentu yang diinginkan dalam populasi [23]. Rumus *Cochran* cocok digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dari populasi mahasiswa yang menggunakan *website* dan aplikasi Twitch. Berikut ini merupakan rumus *Cochran* [24]:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \dots \dots \dots (2.1)$$

Dimana:

- n = jumlah sampel yang dibutuhkan
- Z = nilai Z yang mewakili tingkat kepercayaan yang dibutuhkan dalam sampel
- p = peluang benar sebesar 50% atau 0,5
- q = peluang salah sebesar 50% atau 0,5
- e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

2.8 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan:

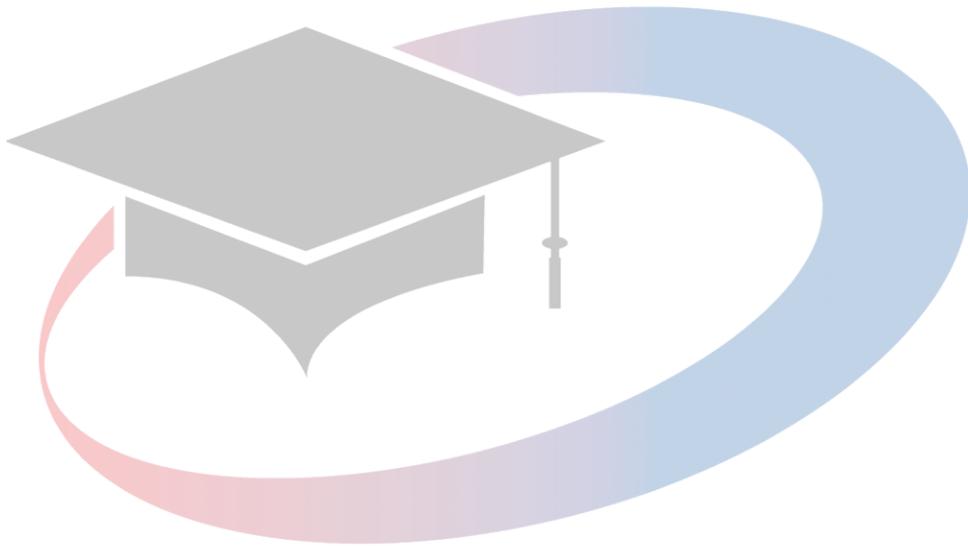
Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Keterkaitan Penelitian
Sandi Prasetyaningsih dan Salsa Putri Nabila Muchtar (2021) [4]	Analisis Perbandingan <i>User Experience</i> pada <i>Website</i> dan Aplikasi <i>Mobile Shopee</i>	Kedua platform menunjukkan kualitas UX yang baik dengan nilai rata-rata di atas 0,8 pada sebagian besar aspek. Meski demikian, ditemukan beberapa aspek yang perlu diperbaiki,	1. Menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ). 2. Objek penelitian

	menggunakan UEQ	terutama dalam hal efisiensi dan kebaruan.	berupa <i>website</i> dan aplikasi.
Maftuh Ahnan, Aji Prasetya Wibawa, dan Ilham Ari Elbaith Zaeni (2021) [7]	Evaluasi <i>User Experience</i> pada Pengembangan Aplikasi Sistem ADI STETSA SMAN 4 Malang menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i>	Pengujian UEQ pada sistem ADI STETSA menunjukkan bahwa aplikasi <i>mobile</i> memiliki nilai lebih baik daripada <i>website</i> admin, khususnya pada aspek kebaruan. Meski secara keseluruhan sistem berjalan baik, perlu peningkatan tampilan dan operasional agar lebih menarik dan mudah digunakan.	1. Menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ). 2. Objek penelitian berupa <i>website</i> dan aplikasi.
Arlinta Christy Barus, Sri Intan Sinaga, Yaya Setiyadi, dan Nancy Margried Panjaitan (2022) [8]	<i>User Experience Analysis of DiTenun Website-based Application and Mobile-based Application Using User Persona and User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Pengujian UEQ pada <i>website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> DiTenun mencakup evaluasi awal (desain lama) dan lanjutan (desain baru). Evaluasi awal menunjukkan <i>website</i> mendapatkan nilai rendah pada aspek daya tarik, kejelasan, dan ketepatan, nilai rata-rata pada aspek efisiensi dan kebaruan, dan nilai diatas rata-rata pada aspek stimulasi. Aplikasi <i>mobile</i> mendapatkan nilai tinggi pada semua aspek. Evaluasi lanjutan menunjukkan peningkatan	1. Menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ). 2. Objek penelitian berupa <i>website</i> dan aplikasi.

		<p>signifikan segala aspek pada <i>website</i>, terutama pada daya tarik, kejelasan, dan ketepatan. Aplikasi <i>mobile</i> tetap mendominasi dengan nilai tinggi di semua skala. Ditemukan bahwa pengguna lebih menyukai desain baru <i>website</i> DiTenun dibandingkan yang lama.</p>	
<p>Kevin Khanza Pangestu, Tri Lathif Mardi Suryanto, dan Arista Pratama (2023) [9]</p>	<p><i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) Sebagai Metode Pengukuran Evaluasi Pengalaman Pengguna <i>Virtual Campus Tour</i> UPN</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Kevin Khanza Pangestu, Tri Lathif Mardi Suryanto, dan Arista Pratama menggunakan UEQ untuk mengevaluasi pengalaman pengguna UPN VCT. Dengan melibatkan 161 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa skala kebaruan memiliki nilai terendah, menandakan perlunya inovasi dalam pengembangan. Pada hasil <i>benchmark</i>, skala kejelasan mendapat nilai terendah, menyoroti kebutuhan akan informasi tambahan dalam aspek tersebut. Meskipun terbatas pada satu lokasi,</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ). 2. Objek penelitian berupa aplikasi.

		penelitian ini memberikan dasar untuk pengembangan UPN VCT dengan memberikan perhatian khusus pada aspek kebaruan dan kejelasan.	
Sandi Prasetyaningsih dan Widya Putri Ramadhani (2021) [10]	Analisa <i>User Experience</i> pada TFME <i>Interactive Learning Media</i> Menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i>	Penelitian yang dilakukan oleh Sandi Prasetyaningsih dan Widya Putri Ramadhani menunjukkan bahwa TFME <i>Interactive Learning Media</i> memiliki kualitas pengalaman pengguna yang baik, dengan nilai rata-rata di atas 0,8 untuk semua aspek. Hal ini menunjukkan bahwa media pembelajaran tersebut mudah digunakan, efektif, dan menarik bagi pengguna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ). 2. Objek penelitian berupa <i>website</i>.
Fara Della Nur Annisa, Joy Nashar Utama Jaya, dan Surmiati (2022) [11]	Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi <i>E-Wallet</i> OVO dan GOPAY Dengan Metode <i>User Experience Questionnaire</i>	Penelitian yang dilakukan oleh Fara Della Nur Annisa, Joy Nashar Utama Jaya, dan Surmiati menunjukkan bahwa aplikasi <i>e-wallet</i> OVO dan GoPay memiliki kualitas pengalaman pengguna yang baik, dengan nilai rata-rata di atas 0,8 untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ). 2. Objek penelitian berupa aplikasi.

		semua aspek. Namun, aplikasi OVO perlu ditingkatkan pada aspek daya tarik, sedangkan aplikasi GoPay perlu ditingkatkan pada aspek kebaruan.	
--	--	---	--



UNIVERSITAS MIKROSKIL