

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Website

World Wide Web (WWW) merupakan penerapan penyajian informasi yang saat ini merupakan media yang paling banyak diakses oleh manusia. *Website* berupa halaman informasi yang disediakan melalui jalur *internet* sehingga dapat diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan *internet*. *Website* atau situs juga dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, data animasi, suara, video, dan gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait di mana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman atau *hyperlink*[5]. Kualitas *website* menjadi hal yang penting sebagai informasi kepada pelanggan untuk memilih dan melakukan transaksi dengan aman. Penggunaan *e-commerce* untuk melakukan transaksi dalam berbagai hal membuat terjadinya penyalahgunaan. Banyaknya penyalahgunaan *e-commerce* untuk melakukan suatu penipuan yang dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab menjadi sesuatu hal yang harus diperhatikan.

Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi[6]. Informasi pada sebuah *website* pada umumnya ditulis dalam format *HTML*. Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis (dalam format *GIF*, *JPG*, *PNG*, dll), suara (dalam format *AU*, *WAV*, dll), dan objek multimedia lainnya (seperti *MIDI*, *Shockwave Quicktime Movie*, *3D World*, dll).

2.1.1.1 Jenis – Jenis Website

Website memiliki beberapa jenis, jenis tersebut berdasarkan sifat dan Bahasa pemrograman yang digunakan. Halaman web dapat digolongkan menjadi dua yaitu[7]:

a. Website Statis

Website statis merupakan *website* yang berisikan data dan informasi yang tidak berubah – ubah. Dokumen web yang dikirim kepada client akan sama isinya

dengan *web server*. Contohnya adalah halaman utama *Google* karena tidak adanya perubahan data atau informasi.

b. *Website* Dinamis

Website dinamis merupakan *website* yang memiliki data dan informasi yang berbeda – beda tergantung input yang disampaikan oleh *client*. Contohnya adalah pada *Google* ketika sedang melakukan pencarian.

Dalam sisi pengembangannya, perbedaan antara *website* statis dan *website* dinamis adalah *website* statis hanya bisa *diupdate* oleh pemiliknya saja, sedangkan *website* dinamis bisa *diupdate* oleh pengguna maupun pemiliknya.

2.1.1.2 Rekayasa Web

Di dalam membuat dan pemeliharaan suatu *website* tidak selalu dimulai dari awal, namun *User* dapat melihat dan mencontoh *website* yang sudah ada sebelumnya, dengan menambah fungsi-fungsi yang baru yang diperlukan sehingga dapat memberikan suatu yang baik dari *website* yang sudah ada. Proses ini sangat dikenal dengan rekayasa web (*web engineering*). Adapun hal-hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan rekayasa web antara lain yaitu[8]:

1. *Correct*, berfungsi benar dan bebas kesalahan.
2. *Maintainable*, *website* dapat diubah secara mudah.
3. *Portable*, dapat dijalankan pada multi *platforms* (*browser* dan *server*).
4. *Scalable*, dapat diperbesar guna lebih banyak melayani pengguna.
5. *Reusable*, dapat digunakan kembali.
6. *Robust* dan *reliable*, yaitu dapat diandalkan.
7. *Efficient*, performa yang baik dari *website*.
8. *Well Documented*, terdokumentasi dengan baik.

2.1.1.3 Kualitas *Website*

Para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu[9]:

1. Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan.
2. Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.
3. Kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.

4. Kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
5. Kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer service*.

2.1.2 E-Commerce

E-commerce adalah suatu kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online* melalui situs atau *website* yang meliputi proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang[10]. *E-Commerce* digunakan sebagai media perdagangan elektronik yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu. Berdasarkan sifat penggunaannya dapat dijabarkan jenis-jenis umum dari transaksi *e-commerce*, yaitu[11]:

1. Bisnis ke Bisnis (*Bussines To Bussines/B2B*)

Fokus pada tipe *business-to-business (B2B)* adalah melakukan penjualan *online* ke bisnis yang lainnya, dalam hal ini bisa berupa distributor, perusahaan pengadaan atau pertukaran antar perusahaan.

2. *Peer-to-Peer (P2P)*

Teknologi *Peer-to-Peer (P2P)* memungkinkan pengguna *internet* dalam berbagi file dan sumber daya secara langsung tanpa harus melewati *server* pusat dari bisnis *e-commerce* tersebut.

3. Bisnis ke Konsumen (*Business To Consumer/B2C*)

Business-to-Consumer (B2C) merupakan bisnis *online* yang paling banyak digunakan konsumen. *B2C* terbagi dalam 7 model bisnis yang berbeda antara lain: *portals*, *online retailers*, *content providers*, *transaction brokers*, *market creators*, *service providers*, dan *community providers*.

4. Konsumen ke Konsumen (*Consumer To Consumer/C2C*)

Consumer-to-consumer adalah di mana ketika konsumen menjual kepada konsumen yang lainnya dengan bantuan pasar *online*. Dalam hal ini konsumen

mempersiapkan produk untuk masuk ke pasar, menempatkan, menyediakan katalog dalam mesin pencari sehingga memudahkan dalam bertransaksi.

5. *Mobile Commerce*

Mobile commerce merupakan penggunaan *wireless* media digital dalam melakukan transaksi bisnis secara *online* atau menggunakan web. Seperti, penggunaan perangkat *smartphone* atau *laptop* yang terhubung dengan *internet* untuk mengakses *website e-commerce*.

2.1.3 *User Interface*

User interface merupakan tempat dimana terjadinya interaksi pengguna dengan sistem. *User interface* adalah pengoperasian dan kendali sistem operasi efektif dan umpan balik dari sistem operasi yang membantu operator membuat keputusan operasional[12]. *User Interface* adalah Bagian dari komputer dan perangkat lunak yang orang bisa dilihat, didengar, disentuh, dan dimengerti[13]. *UI* memiliki dua komponen yaitu *input* dan *output* dimana *input* sebagai cara pengguna dalam menyampaikan keinginannya dengan komputer sedangkan *output* adalah cara komputer dalam menyatakan hasil dari perintah pengguna. *User interface* lebih fokus kepada usaha dalam kemudahan interaksi antara pengguna dengan *website*, disesuaikan dengan tujuan interaksi manusia dengan sistem. Tujuan utama perancangan *user interface* ini adalah untuk memudahkan pengoperasian sistem dalam penyampaian konten informasi. *User Interface* yang lebih dari sekedar layar, itu adalah serangkaian tampilan grafis yang dapat dimengerti oleh pengguna dalam menggunakan sistem, konseptual dan fisik. Dari penjelasan tersebut *User Interface* mempunyai peran yang penting dalam efektivitas suatu sistem informasi.

2.1.4 *User Experience*

User experience merupakan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan suatu produk yang berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan dan kenyamanan penggunaan produk tersebut[15]. *UX* menentukan apakah sebuah *website* memiliki tampilan dan cara kerja sesuai dengan target pengguna apa tidak. Oleh sebab itu, desain dari sebuah sistem haruslah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. *UX* mengacu pada semua item pada sistem secara

keseluruhan agar pengguna lebih mudah dan nyaman saat menggunakannya. *UX* haruslah memiliki fitur-fitur dengan tampilan yang menarik serta mudah digunakan. *UX* fokus pada kemudahan dari penggunaan sistem dan berpengaruh pada pengalaman pengguna saat menggunakannya.

Sebuah prinsip dalam membangun *UX* adalah khalayak mempunyai kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (*customer rule*). Seberapa pun bagusnya fitur sebuah produk, sistem, atau jasa, tanpa khalayak yang dituju dapat merasakan kepuasan, kaidah, dan kenyamanan dalam berinteraksi maka tingkat *UX* menjadi rendah. *Experience* juga dapat diartikan sebagai persepsi dari setiap pengguna setelah menggunakan *website* atau sebagai respon dari pengguna setelah penggunaan sistem *website*[16].

2.1.5 Usability

Usability berasal dari kata *usable* yang secara umum berarti dapat digunakan dengan baik. Sesuatu dapat dikatakan baik apabila kegagalan dalam penggunaannya dapat dihilangkan atau diminimalkan serta memberikan manfaat bagi penggunanya.

Menurut Jacob Nielsen, *usability* dapat dibagi menjadi lima elemen diantaranya:

1. *Learnability*

Sistem yang harus dibuat mudah untuk dipelajari supaya pengguna dapat dengan cepat bekerja dengan sistem yang ada. Dalam desain komunikasi visual menyangkut:

- a. Bagaimana sebuah komunikasi simbol dapat dimengerti dengan cepat dan tepat (misalnya pada *icon*). Prinsip-prinsip seperti *gestalt*, *legibility*, *readability*, *culture reference*, *accessibility*, semiotik, menjadi referensi yang baik dalam menciptakan proses *learnability*.
- b. Prinsip keterhubungan sebuah sistem visual yang satu dengan lainnya. Prinsip *visual sequence*, yaitu bagaimana sebuah visual menjadi sebuah rangkaian komunikasi dalam dimensi ruang atau waktu harus benar-benar dipertimbangkan dan dipelajari dengan seksama.

- c. Prinsip referensi atau pengalaman pengguna di waktu sebelumnya menjadi salah satu penentu keberhasilan dan kecepatan dalam kurva pembelajaran; dan
- d. Prinsip limitasi dari ruang, waktu, dan keterbatasan fisik lainnya dari pengguna dan keadaan sekitarnya harus dipelajari dengan seksama. Misalnya apakah pengguna orang yang pertama kali menggunakan *device* ataukah orang yang sudah terbiasa menggunakan *device*.

2. *Efficiency*

Sistem harus efisien untuk digunakan sehingga nilai produktivitas tinggi. Konsep ini berlaku sejak desain komunikasi visual dilibatkan di dalam media interaktif. Sejauh mana efisiensi adalah perbandingan upaya dibandingkan dengan penggunaan waktu. Tingkat efisiensi ini melibatkan manajemen navigasi. Elemen visual yang baik akan mendukung tingkat efisiensi pengguna dalam menggunakan web.

3. *Memorability*

Sistem harus mudah diingat sehingga pengguna dapat menggunakan tanpa harus mempelajari kembali. Di dalamnya terkandung prinsip: Kebaruan, Keberbedaan, dan Relevansi sebuah pengalaman visual bagi khalayak yang dituju. Desainer yang baik mampu memasukan kualitas estetika dan faktor wow di dalam konsep ini.

4. *Errors*

Sistem harus mempunyai tingkat kesalahan yang kecil sehingga pengguna membuat kesalahan sekecil mungkin. Ada 2 macam jenis kesalahan, yaitu slip dan mistakes. Slip berarti kesalahan yang sifatnya tindakan atau kesalahan eksekusi. Kesalahan ini diakibatkan karena ketidaksadaran perilaku, kebiasaan yang diubah, atau akibat interupsi tindakan. Misalnya seseorang salah menekan tombol keluar, padahal masih dalam tahap pengerjaan. Dalam merancang interaktivitas, kesalahan ini dapat dicegah dengan adanya sistem konfirmasi, dan limitasi konstrain agar kesalahan tidak terjadi. Contoh konfirmasi adalah *pop up window* yang menanyakan apakah pengguna akan keluar aplikasi tanpa menyimpan terlebih dahulu dan contoh konstrain adalah bentuk tombol yang hanya dapat digerakan ke arah tertentu agar pengguna tidak dapat secara tidak sengaja mengubahnya. Mistakes berarti kesalahan

yang sifatnya kesalahan tujuan atau salah perencanaan. Kesalahan ini bisa dikarenakan: persepsi yang salah, keputusan yang salah, atau pengetahuan yang salah. Desain komunikasi visual yang baik dapat meminimalisasi kesalahan dengan memberi arahan dan penjelasan, kesadaran atas tahapan, serta peringatan tertentu. Kesalahan dapat dipelajari melalui riset, dan harus diantisipasi sedini mungkin untuk mendukung *UX* secara baik.

5. *Satisfaction*

Merupakan prinsip yang sangat subyektif dimana sistem harus menyenangkan saat digunakan dan memberi kenyamanan. Pengukuran tingkat kepuasan mempunyai dimensi yang berbeda beda. Seringkali riset tentang kepuasan khalayak tidak akurat, karena apa yang diucapkan khalayak tidak menggambarkan kondisi mental sebenarnya. Saat ini penelitian yang melibatkan psikologis dalam hubungannya dengan fisiologis seperti *electroencephalograms*, penelitian pelebaran pupil, detak jantung, konduktivitas kulit, tekanan darah, dan level dari adrenalin dalam darah telah dipakai dalam menganalisa tingkat kenyamanan dan stress khalayak. Keilmuan seperti *neuroscience* juga dilibatkan dalam menilai hubungan khalayak terhadap stimulus desain visual. Dalam wilayah estetika, tingkat kepuasan visual dipengaruhi juga oleh trend, budaya, fisiologis dan psikologis khalayak tertentu.



Gambar 2. 1 Model Jacob Nielsen

2.1.6 *GOMS (Goals, Operators, Methods, Selection)*

Analysis *GOMS* merupakan metode untuk menganalisis suatu tugas (*task*)[19]. *GOMS* merupakan singkatan dari *Goals* (tujuan), *Operators* (Operator), *Methods*

(metode), dan *Selection* (seleksi). *Goals* berarti tujuan yang ingin dicapai pengguna, *operators* berarti tindakan berdasar yang harus dilakukan pengguna dalam sistem, *methods* berarti cara-cara yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan *operators* yang ada, Sedangkan *selection rules* berarti pilihan metode yang digunakan.

Model *GOMS* disajikan sebagai model evaluasi untuk desain antarmuka pengguna sebagai teori pemecahan masalah dan keterampilan manusia dan sebagai penggambaran pengetahuan tentang prosedur yang dijalankan oleh pengguna agar dapat mengoperasikan sistem. Sejak diperkenalkannya model *GOMS*, memang langsung diterapkan secara luas untuk memprediksi kinerja terampil di dalam sebuah antarmuka pengguna mulai dengan tujuan tingkat atas serta setiap tugas dibutuhkan untuk menyelesaikannya didekomposisi menjadi sub tujuan. Kinerja daripada *GOMS* ini juga adalah saling terkait dan sistematis yaitu saling berkesinambungan.

Goals adalah suatu hal yang ingin dicapai oleh *user* atau status terakhir yang ingin dicapai. *Operator* adalah aksi pada tingkat paling rendah (untuk menjalankan suatu kegiatan). Contoh: *press key*, memindahkan pointer atau merupakan level terendah atas tindakan dasar yang harus dilakukan *user* dalam menggunakan *system*. Tindakan ini merupakan suatu tindakan untuk mencapai tujuan. *Methods* adalah urutan *Operator* (prosedur) untuk menuntaskan suatu atau lebih tujuan. contoh: Memilih kalimat gerakkan pointer ke awal kata, *keep touch*, tarik ke akhir kata, lepaskan jari pada layar *touchscreen*. *Selection* merupakan sebuah evaluasi proses yang secara sistematis mengumpulkan data yang menginformasikan kepada pengguna tentang pendapat seseorang atau sekelompok pengguna lain mengenai pengalaman menggunakan sebuah produk untuk sebuah tugas tertentu dalam sebuah lingkungan tertentu. Umumnya berupa *feedback positive* dan *negative*. Seorang *user* berkeinginan untuk menggunakan sebuah sistem yang mudah dipelajari, dan penggunaannya sedapat mungkin efektif, efisien, aman, dan memuaskan. Selain itu, sedapat mungkin menyenangkan, atraktif, menantang, dll. *Selection* juga merupakan pilihan terhadap metode yang ada. *GOMS* tidak membiarkan pilihan menjadi random, namun lebih dapat diprediksikan.

2.1.7 KLM-Keystroke Level Metode

KLM (Keystroke Level Metode) adalah suatu metode untuk menganalisis suatu tugas (*task*). Menurut Sharpe (2006) *KLM* memiliki tujuh jenis operator[20]:

1. *P (Pointing)*: posisi kursor mouse menuju target pada layar
2. *C (Click)*: klik pada *mouse*
3. *K (Keystroking)*: menekan tombol pada *keyboard* untuk menetik satu karakter
4. *M (Mental Preparation)*: persiapan mental
5. *H (Homing)*: memindahkan tangan dari *mouse* ke *keyboard*
6. *D (Drawing)*: Menarik garis menggunakan *mouse*
7. *R (Response)*: Waktu respon sistem

Tabel 2. 1 Ketentuan Operator dan Waktu Pengerjaan

Nama Operator	Deskripsi	Waktu (Rata-rata)
K	Menekan tombol pada <i>keyboard</i> untuk menetik satu karakter	0.35 detik
P	Memindahkan mouse ke target atau menekan tombol pada mouse.	1.10 detik
C	Menekan tombol pada <i>mouse</i> .	0.02 detik
M	Bersiap untuk melakukan sesuatu (mis. membuat keputusan)	1.35 detik
H	Memindahkan tangan dari <i>mouse</i> ke <i>keyboard</i>	0.40 detik
R	Waktu respon sistem hanya dihitung jika menyebabkan pengguna menunggu ketika menjalankan tugas.	1 detik
D	Menarik garis menggunakan <i>mouse</i>	0.23 detik

2.1.8 Skala Likert

Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Hal ini sudah spesifik dijelaskan oleh peneliti. Yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Kemudian dijabarkan melalui dimensi-dimensi menjadi sub- variabel, kemudian menjadi indikator yang dapat dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian[21].

Penyataan atau pernyataan tadi kemudian direspon dalam bentuk skala *likert*, yang diungkapkan melalui kata-kata misalnya : setuju, sangat setuju, tidak pasti, tidak setuju, sangat tidak setuju.

2.1.9 Kuesioner *Usability*

Untuk mengukur tingkat *usability* dapat menggunakan pendekatan melalui kuesioner yang berhubungan dengan efektifitas, efisiensi dan kepuasan dalam penggunaan suatu sistem informasi yang digunakan. Terdapat beberapa jenis kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat *usability* menurut Thomas, S. (2004)[26] antara lain:

1. *USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of Use)*
2. *SUS (System Usability Scale)*
3. *ASQ (After Scenario Questionnaire)*
4. *QUIS (Questionnaire for User Interface Satisfaction)*
5. *PSSU (Post Study System Usability)*

Pada penelitian ini menggunakan metode *USE (Usefulness, Satisfaction and Ease of use)* yang digunakan untuk menganalisa tingkat *usability* dari *website* Tokopedia. *USE Questionnaire* atau Kuesioner *USE (Usefulness, Satisfaction and Ease of use)* merupakan salah satu model kuesioner untuk mengukur tingkat *usability*. *USE* sudah mencakup tiga aspek pengukuran *usability* yang dikemukakan menurut ISO (*International Organization for Standardization*) yaitu efisiensi, efektivitas, dan kepuasan. Parameter tersebut merupakan parameter yang paling mudah diamati dan dibandingkan hasilnya serta cukup untuk mengukur tingkat *usability* suatu sistem menurut. Pada komponen kuesioner *USE* mempunyai empat kriteria nilai yaitu *usefulness, ease of use, ease of learning, dan satisfaction*.

Pada penelitian ini terdiri dari 29 pertanyaan yang dikelompokkan ke dalam 4 dimensi, diantaranya: kegunaan(*usefulness*), kemudahan untuk digunakan (*ease of use*), kemudahan dipelajari (*ease of learning*) dan kepuasan (*satisfaction*). Kuesioner *USE* sering kali digunakan untuk mengukur *usability* sistem baik yang dilakukan pada pengukuran *user interface* maupun *user experience* nya[27]. Penilaiannya dapat dilihat dari keempat aspek *usability*. Untuk *user experience* nya dapat dinilai dari

aspek satisfaction sedangkan untuk penilaian *user interface* nya dapat dilihat dari aspek *usefulness*, *ease of use* dan *ease of learning*. Dalam hal ini mengukur *usability User Interface* dan *User Experience website Tokopedia*. Adapun kriteria dalam pengukuran *usability* adalah sebagai berikut:

1. *Usefulness*

Usefulness sejauh mana produk memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuannya, dan merupakan penilaian terhadap kesediaan pengguna untuk menggunakannya.

2. *Satisfaction*

Satisfaction mengacu pada persepsi pengguna, perasaan, dan pendapat pengguna, biasanya diperoleh melalui pertanyaan tertulis dan lisan.

3. *Ease of Use*

Pada faktor *Ease of use* dapat dibagi menjadi 2 faktor, yaitu:

1) *Ease of Learning* (kemudahan belajar)

Pengguna meyakini bahwa dalam menggunakan sistem ini pengguna mudah memahami dan mempelajari fitur-fitur dan navigasi sistem.

2) *Ease of Use* (kemudahan penggunaan)

Pengguna meyakini bahwa dengan menggunakan sistem ini pengguna akan mudah menggunakannya dan membebaskan pengguna dari kesulitan kesulitan yang ada.

2.1.10 Teori Lemeshow

Lemeshow adalah rumus uji statistik yang digunakan untuk dapat mengetahui jumlah sampel, di mana sampel tersebut akan berpengaruh pada representasi dari populasi di sebuah penelitian. Oleh karenanya, penentuan jumlah sampel akan penting diketahui dan dipahami oleh peneliti. pada sebuah penelitian survei, biasanya rumus yang digunakan adalah *binomunal proportions*. Jika besar populasi (N) diketahui, maka akan digunakan rumus *sampel cross sectional* dan jika N tidak diketahui akan digunakan rumus *Lemeshow*. Berikut merupakan rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{z^2 P (1-P)}{d^2} \quad (2.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar

P = Proporsi kasus yang diteliti dalam populasi, Jika P tidak diketahui maka menggunakan P dengan estimasi maksimal sebesar $50\% = 0,5$

d = *Sampling Error*

Dalam penelitian, sampel akan memiliki peranan penting, dimana pengguna akan menjadi penggambaran dari populasi yang diteliti. Setelah ditentukan cara pengambilan datanya, kemudian jumlah sampel akan dihitung agar data dalam penelitian semakin valid, karena sampel akan mewakili populasi dengan lebih akurat.

2.2 Penelitian Terdahulu

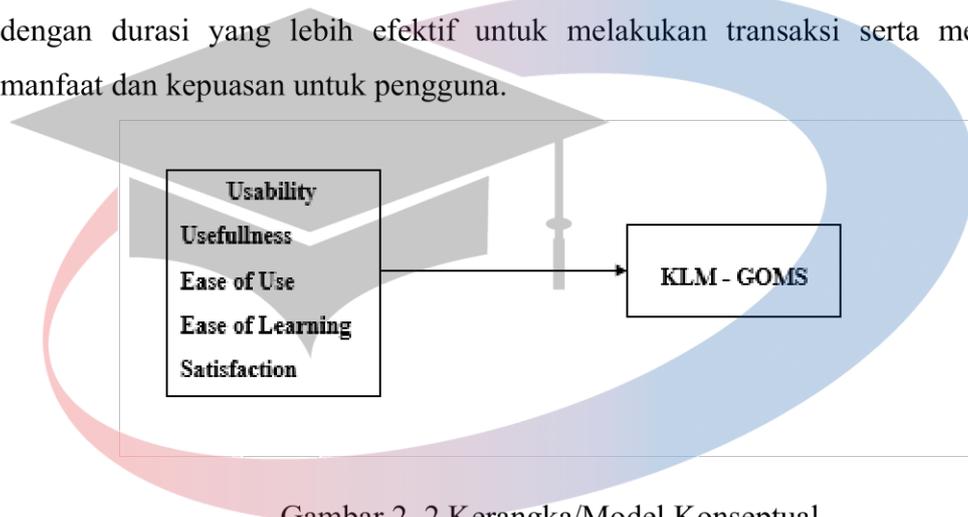
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Fokus dan Tujuan Penelitian
1	Mumtaz (2019)	<i>Analysis User Interface (UI) dan User Experience (UX) pada AINS UIN Jakarta Menggunakan Metode Heuristic Evaluation dan Webuse dengan standar ISO 13407</i>	Penelitian menekankan kepada <i>evaluasi pada AIS untuk meningkat Usability dan User Interface AIS</i>
2	Ravael (2019)	<i>Analisis User Interface dan User Experience menggunakan Metode Analysis pada website E-Ticketing (Studi Kasus : Ticket.com dan</i>	Penelitian menekankan pada pengembangan <i>User Interface dan User Experience website.</i>

		Pegipegi.com)	
3	Rizky (2017)	Analisis <i>User Interface & User Experience</i> dengan metode <i>GOMS analysis</i> pada <i>website</i> jual-beli. Studi Kasus: Tokopedia.com	Penelitian menekankan pada bagian <i>UI</i> dari Tokopedia dengan metode <i>GOMS</i> , Hasilnya rancangan mengenai <i>UI</i> baru Tokopedia menurut <i>UX</i> dari pengguna yang didapat melalui survei dengan kuesioner.
4	Andika (2018)	Analisis <i>Usability</i> Alur Pencarian pada Aplikasi Belanja Online Berbasis Android dengan Model <i>GOMS</i> .	Penelitian menekankan pada <i>usability</i> aplikasi pada alur pencariannya.
5	Andikarama, Satrio, Retno (2021)	Evaluasi <i>User Experience</i> pada <i>Website</i> Progate.Com Menggunakan Indikator <i>UX Honeycomb</i>	Penelitian menekankan pada <i>User Experience</i> dengan indikator <i>UX Honeycomb</i> .
6	Faiq Faridani (2020)	Desain Interaksi Aplikasi Pembelajaran Mitigasi Bencana menggunakan Gamifikasi dengan Metode <i>Design Thinking</i>	Pembuatan desain interaksi aplikasi yang mendukung proses edukasi mitigasi.

2.3 Kerangka/Model Konseptual

Pada penelitian ini, penulis menganalisis UX/UI dengan Tokopedia sebagai objek penelitian. Penulis melakukan analisis usability dengan kriteria *Usefulness*, *Ease of Use*, *Ease of Learning* dan *Satisfaction*. Analisis usability untuk melihat apakah suatu sistem dapat digunakan dengan baik oleh pengguna dan setelah mendapatkan hasil dari analisis usability jika masih terdapat beberapa kesalahan dalam sistem maka analisis GOMS-KLM akan meminimalkan kesalahan tersebut dengan durasi yang lebih efektif untuk melakukan transaksi serta memberikan manfaat dan kepuasan untuk pengguna.



Gambar 2. 2 Kerangka/Model Konseptual

UNIVERSITAS MIKROSKIL