

EVALUASI USER EXPERIENCE PADA APLIKASI SHOPEE MENGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (STUDI KASUS KOTA JAMBI)

Inayah Uzma¹, Mutamassikin², Andreo Yudherta³
inayahuzma130@gmail.com¹, mutamassikin@uinjambi.ac.id², andreo@uinjambi.ac.id³
UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Abstrak

Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia mendorong peningkatan penggunaan aplikasi belanja daring seperti Shopee. Namun, meningkatnya kompleksitas fitur dan antarmuka aplikasi dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi user experience (UX) aplikasi Shopee berdasarkan persepsi pengguna dengan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). Metode ini mengukur enam dimensi UX, yaitu Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow, menghasilkan 100 responden pengguna aplikasi Shopee. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner UEQ versi bahasa Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua dimensi memperoleh nilai rata-rata di atas 0,8, yang mengindikasikan pengalaman pengguna yang baik. Dimensi dengan skor tertinggi adalah Attractiveness (1,45), sedangkan skor terendah terdapat pada Stimulation (1,1). Secara keseluruhan, aplikasi Shopee dinilai memiliki user experience yang positif, meskipun terdapat peluang peningkatan pada aspek stimulasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas interaksi pengguna di masa mendatang.

Kata Kunci: User Experience, UEQ, Shopee, Evaluasi Aplikasi, E-commerce.

Abstrac

The rapid growth of e-commerce in Indonesia has led to increased use of online shopping applications such as Shopee. However, the growing complexity of features and interfaces may affect user experience. This study aims to evaluate the user experience (UX) of the Shopee application based on user perceptions using the User Experience Questionnaire (UEQ) method. The UEQ measures six UX dimensions: Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, and Novelty. This research adopts a quantitative approach with a sample size of 100 respondents, determined using Lemeshow's formula. Data were collected using the Indonesian version of the UEQ questionnaire. The results show that all dimensions received average scores above 0.8, indicating a positive user experience. The highest score was in the Attractiveness dimension (1.45), while the lowest was in Stimulation (1.1). Overall, Shopee is perceived to provide a good user experience, although improvements are still possible in terms of Stimulation. This research is expected to serve as valuable input for application developers to enhance user interaction quality in the future.

Keywords: User Experience, UEQ, Shopee, Application Evaluation, E-commerce

PENDAHULUAN

Munculnya berbagai platform e-commerce di Indonesia membuat masing-masing aplikasi harus bersaing agar meningkatkan kunjungan dan mitra untuk bekerja sama dengan mereka dengan cara meningkatkan strategi, kemampuan dan keunikannya. Tampilan mobile yang menarik tentunya juga mendorong meningkatnya minat beli konsumen. Selain itu, unsur penting dalam tampilan situs web seperti kemudahan akses, proses transaksi yang simpel, dan informasi yang jelas juga dibutuhkan oleh e-commerce. Oleh karena itu, tata letak web perlu disusun dengan sederhana namun tetap menarik, tanpa mengurangi

informasi yang dibutuhkan oleh pengguna karena itu adalah hal yang sangat penting. Tujuan desain ini tentunya untuk menyediakan tampilan konten dan fitur antarmuka yang menarik dan mudah digunakan oleh pengguna (Japariato and Adelia 2020)

User experience atau pengalaman pengguna adalah bentuk dari perasaan dan pendapat pengguna ketika mencoba suatu sistem atau aplikasi. Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan, harapan dan motivasi pengguna serta bagaimana aplikasi itu dirancang dan situasi saat mereka menggunakannya. Beberapa penelitian juga menemukan dari pengalaman pengguna (user experience) akan mempengaruhi niat pengguna untuk membeli lagi. Sehingga sistem komputer sendiri sangat penting karena jika pengguna merasa sistem menghambat pekerjaan mereka akan membuat stres dan kecewa. Agar aplikasi dianggap bermanfaat, pengguna harus merasa bahwa aplikasi tersebut berguna, mudah dipakai, mudah dipelajari dan membuat mereka puas setelah digunakan (Tobing et al. 2023)

Dari total 15 juta ulasan dari para pengguna aplikasi mobile Shopee, dan juga dari sisi penjual maupun pembeli, masih banyak yang menyampaikan ketidakpuasan, khususnya terhadap fitur-fitur pendukung seperti sistem pembayaran, pelacakan pesanan, kestabilan aplikasi yang kerap mengalami error, serta masalah pada tampilan gambar. Ulasan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Shopee masih memerlukan sejumlah perbaikan dan peningkatan kualitas (Sastika 2018)

Evaluasi dilakukan sebagai upaya untuk menilai efektivitas dan efisiensi suatu sistem, khususnya dalam mengukur kemudahan penggunaan serta pemahaman antarmuka oleh pengguna aplikasi. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengguna serta memberikan pengalaman yang lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi Shopee (Prasetyaningsih and Muchtar 2023)

Pengalaman pengguna (User Experience) memegang peranan penting dalam proses desain dan pengembangan produk ataupun layanan. Pengalaman pengguna (UX) mencerminkan kesan yang dialami pengguna akibat interaksi dengan sistem, dengan cakupan dari aspek kegunaan (usability), kebermanfaatannya (usefulness), serta dampak emosional selama proses penggunaan (Noor and Hadisaputro 2022)

Dalam merancang antarmuka pada suatu sistem informasi, pengalaman pengguna bisa dijadikan sebagai salah satu tolak ukur yang penting. Hal ini karena ketidaknyamanan pengguna saat menggunakan suatu aplikasi atau produk sering kali menjadi indikator kegagalan sistem tersebut. Untuk menilai tingkat kenyamanan pengguna, diperlukan pengukuran terhadap pengalaman mereka saat berinteraksi dengan sistem atau produk tersebut (Rasio and Perdana 2020)

Desain antarmuka pengguna berfungsi sebagai hubungan interaktif antara pengguna dan produk atau aplikasi untuk memaksimalkan kepuasan pengguna. Dengan desain antarmuka pengguna yang tepat, bisnis dapat mencapai efisiensi. Meningkatkan produktivitas melalui efisiensi platform bukanlah tugas yang sederhana, tetapi tugas yang sangat kompleks. Kurangnya perhatian terhadap kegunaan, kompatibilitas antara sistem dan dunia nyata, kustomisasi, dukungan pengguna, beban kerja pengguna, interaksi, kompatibilitas, visibilitas status sistem, pengalaman pengguna, kemampuan beradaptasi, dan aksesibilitas dapat mengakibatkan hilangnya calon pelanggan. Aspek antarmuka pengguna meliputi: 1) desain visual, yang mengacu pada konsistensi, estetika, dan daya tarik tampilan situs web; 2) Desain navigasi mengacu pada pengaturan struktural dan tata letak halaman. 3) Kemampuan situs untuk menyampaikan informasi disebut sebagai desain informasi (Tobing et al. 2023)

User Experience (UX) menilai sejauh mana kemudahan dan efisiensi suatu sistem informasi dalam penggunaannya. Jika pengguna mengalami ketidaknyamanan saat menggunakan aplikasi, hal tersebut dapat menjadi tanda adanya kegagalan atau perlunya

perbaikan pada sistem tersebut. Oleh karena itu, pengukuran UX menjadi langkah penting untuk mengidentifikasi keberhasilan atau kegagalan dari suatu aplikasi (Kinanthi and Setiyawati 2021)

Penelitian ini akan menggunakan metode evaluasi User Experience Questionnaire (UEQ) metode ini adalah salah satu metode kuantitatif yang banyak digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna (user experience) pada antarmuka sistem atau aplikasi, baik desktop maupun mobile. Metode User Experience Questionnaire (UEQ) dikembangkan oleh Martin Schrepp bersama timnya di perusahaan perangkat lunak SAP AG, Jerman. Martin Schrepp adalah seorang peneliti yang memiliki latar belakang dalam bidang psikometri, usability, dan desain kuesioner. Pengembangan UEQ berangkat dari kebutuhan SAP untuk memiliki alat evaluasi pengalaman pengguna yang cepat, praktis, dan dapat digunakan pada berbagai jenis produk digital, baik dalam tahap prototipe maupun produk akhir. (Schrepp 2019)

UEQ (User Experience Questionnaire) dirancang untuk mengukur pengalaman pengguna secara komprehensif, tidak hanya dari aspek kegunaan (usability), tetapi juga mencakup dimensi emosional dan hedonis, seperti stimulasi dan kebaruan. Sejak pertama kali diperkenalkan pada awal tahun 2010-an, UEQ telah digunakan secara luas di berbagai penelitian akademik dan industri, serta diterjemahkan ke dalam lebih dari 30 bahasa, termasuk bahasa Indonesia. Metode ini juga didukung oleh perangkat lunak analisis dan dokumentasi teknis yang dapat diakses secara bebas melalui situs resminya di www.ueq-online.org.

Metode UEQ ini yang berfungsi untuk mengumpulkan respons dari pengguna berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi. Metode UEQ mencakup enam skala penilaian yaitu daya tarik (Attractiveness), kejelasan (perspicuity), efisiensi (efficiency), keandalan (dependability), stimulasi (stimulation), dan kebaruan (novelty), dengan total 26 pertanyaan. Melalui hasil UEQ, penulis dapat mengidentifikasi bagian-bagian yang memberikan dampak signifikan dan berpotensi untuk ditingkatkan (Amalia Putri 2022) UEQ dianggap sebagai metode pengukuran yang unggul karena mampu memberikan hasil evaluasi yang menyeluruh terhadap pengalaman pengguna dari sebuah sistem (Rasio and Perdana 2020)

UEQ (User Experience Questionnaire) adalah sebuah kerangka kerja yang memberikan gambaran menyeluruh mencakup aspek fungsionalitas (usability) hingga pengalaman yang dirasakan oleh pengguna (user experience). Framework ini disertai dengan alat untuk melakukan analisis yang akurat, mudah dipahami, dan tersedia secara gratis. User experience sendiri menggambarkan persepsi subjektif pengguna terhadap produk interaktif dengan cara yang cepat dan langsung. Metode ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian, termasuk dalam evaluasi perangkat lunak bisnis, situs web, layanan berbasis web, dan jejaring sosial (Noor and Hadisaputro 2022)

Sebuah penelitian oleh (Rosmeli et al. 2024) menunjukkan bahwa Shopee merupakan platform e-commerce yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Kota Jambi. Alasan utama pengguna memilih Shopee adalah karena kemudahan dalam mendapatkan barang dan harga yang terjangkau. Sebagian besar responden dalam studi tersebut berbelanja online sebanyak 1–2 kali per bulan, dan sekitar 40,2% mengunjungi dua situs e-commerce secara rutin.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jambi, pada tahun 2020 terdapat sekitar 20.215 usaha e-commerce yang tersebar di seluruh provinsi. Namun, sebagian besar usaha tersebut masih bersifat non-formal dan lebih banyak menggunakan media sosial serta pesan instan untuk berjualan. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi platform e-commerce formal seperti Shopee masih dalam tahap perkembangan di wilayah tersebut.

Kota Jambi dipilih sebagai studi kasus karena wilayah ini mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam adopsi teknologi dan aplikasi digital, termasuk e-commerce. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Arif 2022)

Kemajuan teknologi semakin menarik minat ebrbagai kalangan untuk memanfaatkannya sebagai peluang usaha, khususnya dalam bentuk bisnis online. Fenomena ini berkaitan erat dengan meningkatnya kebutuhan akan informasi serta layanan belanja yang praktis, menarik dan menguntungkan bagi konsumen. Saat ini, berbagai platform belanja online dapat diakses melalui aplikasi yang terpasang pada perangkat seluler seperti android, iOS, maupun windows. Kehadiran aplikasi-aplikasi ini memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara daring (Alawiyah and Canta 2022) seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, banyak wilayah di kota-kota besar di Indonesia yang telah menyediakan akses internet, seperti Wi-Fi, yang dapat diakses melalui perangkat seperti laptop, komputer, amupun ponsel, sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan belanja secara online (Kedah 2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana aplikasi tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Kota Jambi, sekaligus memastikan kenyamanan dalam penggunaannya serta dapat menyediakan pengalaman pengguna yang maksimal. Evaluasi terhadap kesan pengguna diperlukan guna menjamin bahwa perancangan antarmuka pengguna telah dirancang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna (Sugiharto, Wijoyo, and Saputra 2023) UEQ adalah metode evaluasi yang mampu memberikan hasil pengukuran secara cepat, komprehensif, dan menyeluruh terhadap pengalaman pengguna (Kinanthi and Setiyawati 2021).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti (Charismana, Retnawati, and Dhewantoro 2022) Metode pengumpulan data dilakukan dengan secara tidak langsung atau online melalui pesan broadcast ataupun sharing kepada masyarakat Kota Jambi yang menggunakan aplikasi Shopee. Pengisian kuisioneir menggunakan Google Form.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dari data kuisioneir peineilitian ini meinunjukkan bahwa nilai r tabel yang didapat diatas 0,361 sehingga seluruh kuisioneir dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Data Hasil Uji Validitas Seitiap Variabel

Variabel	Instrumen	R tabel	R hitung	Keterangan
Attractiveness (Daya Tarik)	ATT1	0,361	0,389	Valid
	ATT2	0,361	0,790	Valid
	ATT3	0,361	0,749	Valid
	ATT4	0,361	0,663	Valid
	ATT5	0,361	0,803	Valid
	ATT6	0,361	0,774	Valid
Perspicuity (Kejelasan)	PER1	0,361	0,796	Valid
	PER2	0,361	0,675	Valid
	PER3	0,361	0,792	Valid
	PER4	0,361	0,798	Valid
Efficiency (Efisiensi)	EFF1	0,361	0,819	Valid
	EFF2	0,361	0,715	Valid
	EFF3	0,361	0,820	Valid
	EFF4	0,361	0,827	Valid
Dependability (Ketepatan)	DEP1	0,361	0,687	Valid
	DEP2	0,361	0,910	Valid
	DEP3	0,361	0,826	Valid
	DEP4	0,361	0,872	Valid
Stimulation (Stimulasi)	STI1	0,361	0,851	Valid
	STI2	0,361	0,631	Valid
	STI3	0,361	0,764	Valid
	STI4	0,361	0,856	Valid
Novelty (Kebaruan)	Nov-01	0,361	0,854	Valid
	Nov-02	0,361	0,878	Valid
	Nov-03	0,361	0,847	Valid
	Nov-04	0,361	0,806	Valid

2. Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas dari data kuisoneir peineelitian ini meinunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha lebih beisar dari 0,6 sehingga seiluruh kuisoneir dinyatakan reiliabel. Hal ini dapat dilihat pada tabeil dibawah ini.

Tabel 2. Data Hasil Uji Reiabilitas

Variabel	Instrumen	Cronbach's alpha	Keterangan
Attractiveness (Daya Tarik)	ATT1	0,974	Reliabel
	ATT2	0,968	Reliabel
	ATT3	0,969	Reliabel
	ATT4	0,969	Reliabel
	ATT5	0,968	Reliabel
	ATT6	0,968	Reliabel
Perspicuity (Kejelasan)	PER1	0,968	Reliabel
	PER2	0,969	Reliabel
	PER3	0,968	Reliabel
	PER4	0,968	Reliabel
Efficiency (Efisiensi)	EFF1	0,968	Reliabel
	EFF2	0,969	Reliabel
	EFF3	0,968	Reliabel
	EFF4	0,968	Reliabel
Dependability (Ketepatan)	DEP1	0,969	Reliabel
	DEP2	0,967	Reliabel
	DEP3	0,968	Reliabel
	DEP4	0,968	Reliabel
Stimulation (Stimulasi)	STI1	0,968	Reliabel
	STI2	0,97	Reliabel
	STI3	0,968	Reliabel
	STI4	0,968	Reliabel
Novelty (Kebaruan)	NOV1.	0,968	Reliabel
	NOV2.	0,968	Reliabel
	NOV3.	0,968	Reliabel
	NOV4.	0,968	Reliabel

PEIMBAHASAN

Nilai pada kuisioner User Experience Questionnaire (UEQ) diperoleh dari hasil pengisian responden terhadap 26 item pernyataan yang terbagi menjadi 6 variabel (Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty). Setiap item dinilai menggunakan skala Likert 7 poin.

Secara umum, interpretasi standar dari nilai skala dari tabel di atas adalah nilai antara -0,8 hingga 0,8 dianggap sebagai penilaian netral terhadap suatu aspek yang diukur. Nilai yang lebih besar dari 0,8 menunjukkan penilaian positif, sedangkan nilai yang lebih kecil dari -0,8 menunjukkan penilaian negatif.

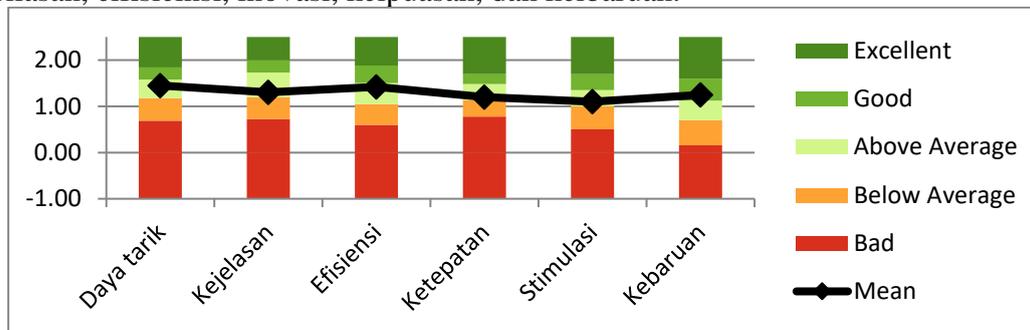
Skala ini memiliki rentang dari -3 (yang berarti "sangat buruk") hingga +3 (yang berarti "sangat baik"). Namun dalam aplikasi nyata, nilai yang muncul biasanya berada dalam rentang yang lebih sempit. Hal ini disebabkan oleh proses perhitungan rata-rata dari berbagai responden yang memiliki beragam opini dan kecenderungan dalam memilih jawaban. (Schrepp 2019) Sebagai contoh, sebagian besar responden cenderung menghindari memilih nilai yang ekstrem seperti -3 atau +3. Oleh karena itu, dalam hasil pengukuran nyata, nilai di atas +2 atau di bawah -2 sangat jarang ditemukan.

Beirikut ini meirupakan hasil kuestioneir pada seitiap variabeil peineelitian yang dianalisis untuk meingeitahui rata-rata jawaban reispondenin masing-masing variabeil :

Indikator	Meian	Nilai Evaluasi
<i>Attractiveness</i> (Daya Tarik)	1,45	Positif
<i>Perspiciuity</i> (Kejelasan)	1,3	Positif
<i>Efficiency</i> (Efisien)	1,42	Positif
<i>Dependability</i> (Kejelasan)	1,2	Positif
<i>Stimulation</i> (Stimulasi)	1,1	Positif
<i>Novelty</i> (Kebaruan)	1,25	Positif

Hasil Beinchmark Pada Variabeil Useir Expeirieincei Queistionnairei

Beirdasarkan hasil beinchmark teirhadap nilai meian masing-masing variabeil, dapat dilihat bahwa seiluruh variabeil teilah dieivaluasi kei dalam kateigori teirteintu beirdasarkan tingkat skornya. Gambar beirikut meimpeirlihatkan posisi masing-masing variabeil, apakah beirada dalam kateigori Exceilleint, Good, Abovei Aveiragei, Beilow Aveiragei, atau Bad. Beinchmark ini meim bantu untuk meimahami seijauh mana tingkat masing-masing variabeil dalam peinggunaan aplikasi Shopeiei, khususnya dalam aspek daya tarik, kejelasan, eifisieinsi, inovasi, keipuasan, dan keibaruan.



1. *Attractiveineiss* meimpeiroleih nilai 1,45 yang teirmasuk dalam kateigori Above Average. Hal ini meinunjukkan bahwa seicara umum peingguna meinilai aplikasi Shopeiei seibagai aplikasi yang meinarik dan meinyeinangkan untuk digunakan.
2. *Efficieincy* deingan nilai 1,42 juga beirada pada kateigori Above Average, meingindikasikan bahwa peingguna meirasa aplikasi Shopeiei eifisiein dalam meim bantu meinyeileisaikan tugas atau aktivitas beilanja seicara ceipat dan eifeiktif.
3. *Peirspiciuity* meincatat nilai 1,3 yang juga teirgolong kateigori Above Average, meinandakan bahwa peingguna tidak meingalami keisulitan yang beirarti meimahami tampilan dan peinggunaan aplikasi.
4. *Deipeindability* meindapatkan nilai meian 1,2 yang juga teirmasuk Above Average, meingindikasikan bahwa peingguna cukup peircaya teirhadap keistabilan dan keiandalan aplikasi, meiskipun masih ada ruang untuk peingkatan.
5. *Noveilty* meimpeiroleih nilai 1,25 dan masuk kateigori Above Average juga, meinunjukkan bahwa peingguna meinilai aplikasi Shopeiei meimiliki inovasi-inovasinya.
6. *Stimulation* meimiliki nilai 1,1 yang juga masuk dalam kateigori Above Average , namun meirupakan yang teireindah dibandingkan deingan variabeil lainnya. Hal ini meinunjukkan bahwa meiskipun peingguna meirasa aplikasi ini cukup meinarik namun dari sisi keiseinangan atau daya tarik seicara emosional bisa lebih ditingkatkan

Seicara umum, seiluruh dimeinsi yang diukur meilalui UEQ meinunjukkan skor Above Average. Hal ini meingindikasikan bahwa peingalaman peingguna teirhadap aplokasi Shopeiei teirgolong positif di beirbagai aspek, khususnya pada *Attractiveineiss*, *Efficieincy*

dan peirspicuity yang meimpeiroleh nilai teirtinggi. Meiski beigitu Stimulation dan Deipeindability dapat dijadikan acuan untuk peingeimbangan dan peingkatan peingalaman peingguna di masa meindatang.

KESIMPULAN

Beirdasarkan hasil analisis Useir Expeirieincei Queistionnairei (UEQ) teirhadap aplikasi Shopeiei, dapat disimpulkan bahwa peingalaman peingguna beirada pada tingkat baik (good) pada seiluruh dimeinsi eivaluasi. Beirikut adalah keisimpulan untuk masing-masing dimeinsi :

1. Attractiveineiss (Daya Tarik) meimpeiroleh nilai meian seibeisar 1,45 yang meinunjukkan bahwa peingguna meirasa aplikasi meinyeinangkan, meinarik dan meimbeirikan keisan positif seicara keiseiluruhan.
2. Efficieincy (Efisiein) meindapatkan meian 1,42 yang beirarti aplikasi dinilai ceipat, praktis, dan eifisiein saat digunakan.
3. Peirspicuity (Keijeilasan) deingan nilai 1,3 meinunjukkan bahwa aplikasi mudah dipahami, tidak meimbingungkan, dan mudah dipeilajari oleh peingguna.
4. Deipeindability (Keiteipatan) deingan nilai meian 1,2 artinya peingguna meirasa aplikasi dapat diandalkan, aman, dan beikeirja seisuai harapan.
5. Noveilty (Keibaruan) meindapatkan nilai 1,25 meinunjukkan bahwa peingguna meinganggap aplikasi cukup inovatif dan meimiliki unsur keibaruan.
6. Stimulation (Stimulasi) deingan nilai 1,1, meiskipun meinjadi yang teireindah, teitap meinunjukkan bahwa aplikasi mampu meimbeirikan rasa manfaat, motivasi dan keiteirtarikan keipada peingguna.

Seicara keiseiluruhan, hasil beinchmark meinunjukkan bahwa seimua variabel beirada pada kateigori positif, sehingga aplikasi dinaili meimbeirikan peingalaman peingguna yang meimadai dan beirkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Muhammad. 2022. "Profil Internet Indonesia 2022." SRA Consulting., no. June: 1–104.
- Charismana, Dian Satria, Heri Retnawati, and Hapri Novriza Setya Dhewantoro. 2022. "Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta." *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn* 9 (2): 99–113.
- Japariato, Edwin, and Stephanie Adelia. 2020. "Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14 (1): 35–43.
- Kinanthi, Wikan Chandra, and Nina Setiyawati. 2021. "Perancangan Dan Evaluasi User Experience Aplikasi Virtual Event Menggunakan User Experience Questionnaire." *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)* 5 (2): 973–87.
- Noor, Auliya, and Elvin Leander Hadisaputro. 2022. "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi TIX ID Menggunakan Metode User Experience Questionnaire." *Journal of Information System Research (JOSH)* 3 (4): 672–77.
- Prasetyaningsih, Sandi, and Salsa Putri Nabila Muchtar. 2023. "Analisis Perbandingan User Experience Pada Website Dan Aplikasi Mobile Shopee Menggunakan UEQ." *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia* 5 (3): 162–70.
- Rasio, Henim Silvana, and Sari Rika Perdana. 2020. "Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire." *Jurnal Komputer Terapan* 6 (1): 69–

78.

- Sastika, Widya. 2018. "Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017)." *Jurnal Sosial Dan Humaniora* 2 (2): 69–74.
- Schrepp, Martin. 2019. "User Experience Questionnaire Handbook Version 8." *User Experience Questionnaire*, no. June: 1–15. www.ueq-online.org.
- Schrepp, Martin, Andreas Hinderks, and Jörg Thomaschewski. 2017. "Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ)." *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence* 4 (4): 40.
- Tobing, Gulielmus Brahma Rantau Lumban, Patrick Vivid Adinata, Fransisca Desiana Pranatasari, and Kristia Kristia. 2023. "The Impact of Sales Promotion, User Interface and User Experience Design on Shopee App Users' Repurchase Intentions." *International Journal of Engineering and Management Sciences* 8 (3): 90–104.