

# Analisis Komparasi User Experience Pada Aplikasi OVO dan DANA dengan Metode User Experience Questionnaire

Rabi'atul Adawiyah, Nabila Rizky Oktadini\*

Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Sriwijaya, Palembang  
Jl. Demang Lebar Daun, No.9C, Kel. Demang Lebar Daun, Kec. Ilir Barat 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>09031182025018@student.unsri.ac.id, <sup>2,\*</sup>nabilarizky@unsri.ac.id

Email Penulis Korespondensi: nabilarizky@unsri.ac.id

Submitted: 06/04/2024; Accepted: 30/04/2024; Published: 30/04/2024

**Abstrak**—Perkembangan teknologi dompet digital, terutama melalui platform smartphone seperti OVO dan DANA, telah mengubah lanskap transaksi keuangan secara signifikan. Kedua aplikasi tersebut berfungsi sebagai alat pembayaran digital, namun keduanya memiliki perbedaan dalam fitur, tata letak, warna, dan kinerja yang berbeda-beda. User experience (UX) menjadi dasar penelitian karena merupakan faktor krusial dalam keberhasilan produk atau layanan. Dengan komparasi kedua aplikasi melalui UEQ, dapat memberikan wawasan berharga tentang kekuatan dan kelemahan masing-masing platform, serta memberikan pandangan yang lebih luas tentang tren dan praktik terbaik dalam desain pengalaman pengguna dalam industri pembayaran digital, serta berharap dapat mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek-aspek mana yang memengaruhi kepuasan pengguna dan bagaimana perbandingan antara keduanya. Metode UEQ akan membantu dalam mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan masing-masing aplikasi dalam hal attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation, dan novelty. Dengan demikian, mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif kepada pengembang aplikasi dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna kedua aplikasi tersebut. Kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ) telah diberikan kepada 115 responden. Hasil dari kuesioner UEQ terhadap aplikasi OVO dan DANA menunjukkan aspek positive evaluation yang diberikan terhadap kedua aplikasi. Nilai mean pada aplikasi OVO berdasarkan aspek attractiveness (1,99), efficiency (2,07), dependability (1,77), stimulation (1,79), novelty (1,75) memperoleh kategori “Excellent”, aspek perspicuity (1,91) memperoleh kategori “Good”. Sedangkan nilai mean yang di dapat DANA berdasarkan aspek attractiveness (2,10), perspicuity (2,23) efficiency (1,92), stimulation (1,94), novelty (1,64) memperoleh kategori “Excellent”, aspek dependability (1,59) memperoleh kategori “Good”.

**Kata Kunci:** Dompet Digital; Smartphone; User Experience Questionnaire; Pengalaman Pengguna; Komparasi

**Abstract**—The development of digital wallet technology, especially through smartphone platforms such as OVO and DANA, has changed the financial transaction landscape significantly. Both applications function as digital payment tools, but they have differences in features, layout, colors and performance. User experience (UX) is the basis of research because it is a crucial factor in the success of a product or service. By comparing the two applications through UEQ, we can provide valuable insight into the strengths and weaknesses of each platform, as well as provide a broader view of trends and best practices in user experience design in the digital payments industry, and hope to gain a deeper understanding of these aspects. -which aspects influence user satisfaction and how the two compare. The UEQ method will help identify the strengths and weaknesses of each application in terms of attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation and novelty. Thus, getting more comprehensive insights for application developers and other stakeholders to improve the quality of service and user experience of both applications. The User Experience Questionnaire (UEQ) questionnaire was given to 115 respondents. The results of the UEQ questionnaire on the OVO and DANA applications show positive evaluation aspects given to both applications. The mean value of the OVO application based on the aspects of attractiveness (1.99), efficiency (2.07), dependability (1.77), stimulation (1.79), novelty (1.75) obtained the "Excellent" category, perspicuity aspect (1.91) received the "Good" category. Meanwhile, the mean value obtained by DANA based on the aspects of attractiveness (2.10), perspicuity (2.23), efficiency (1.92), stimulation (1.94), novelty (1.64) obtained the "Excellent" category, the dependability aspect (1.59) obtained the "Good" category.

**Keywords:** Digital Wallet; Smartphone; User Experience Questionnaire; User Experience; Comparison

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara kita melakukan transaksi pembayaran. Pergeseran dari pembayaran tunai ke non-tunai telah memberikan banyak keuntungan, mulai dari kemudahan, kecepatan, hingga keamanan. Penggunaan smartphone sebagai alat untuk mengakses dompet digital atau e-wallet memang menjadi tren yang sangat populer, terutama di Indonesia.

E-wallet adalah sebuah layanan keuangan secara elektronik yang berbasis server dan dapat diakses melalui smartphone untuk transaksi. Dengan kemudahan transaksi di mana pun, pengguna dapat melakukan pembayaran di aplikasi yang mendukung sistem e-wallet, menghemat waktu dan mengurangi risiko kehilangan uang atau dompet [1]. Menurut penelitian Neurosum, penggunaan dompet digital sebelum pandemi hanya sekitar 10%. Namun, sepanjang tahun 2020, terjadi peningkatan signifikan dalam proporsi penggunaan e-wallet hingga mencapai 44%, menunjukkan potensi pertumbuhan pengguna yang meningkat [2].

Survei yang dilakukan oleh Ipsos di Asia Tenggara mengungkapkan hasil menarik bahwa saat berbelanja online, masyarakat cenderung lebih memilih menggunakan dompet digital daripada rekening bank. Pada tahun 2020, ShopeePay berhasil menduduki posisi pertama sebagai e-wallet yang paling diminati dan sering digunakan, dengan proporsi sebesar 34%. Diikuti secara berurutan oleh OVO dengan 28%, GoPay dengan 17%, DANA dengan 14%, dan LinkAja dengan 8% [2].



Penggunaan aplikasi dompet digital seperti DANA dan OVO memang sangat umum di Indonesia, seperti yang dilaporkan oleh goodstats.id. Menurut laporan dari DailySocial.id pada tahun 2022, DANA berhasil menduduki peringkat teratas sebagai startup digital payment yang dikenal masyarakat Indonesia, dengan persentase mencapai 99%. Ini berarti hampir semua menyadari keberadaan DANA sebagai salah satu startup di bidang pembayaran digital di Indonesia. Sementara itu, OVO menempati posisi ketiga dengan persentase sebesar 97% [3].

Aplikasi OVO adalah aplikasi pembayaran secara online yang memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan poin pada setiap transaksi pembayaran. Aplikasi OVO memiliki dua fitur, yaitu OVO cash dan OVO point, yang membedakannya dari aplikasi lain. OVO cash adalah saldo utama yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi di merchant yang bekerja sama dengan OVO. Sedangkan OVO points adalah loyalty rewards bagi pengguna yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di merchant-merchant rekanan OVO.

Sedangkan aplikasi DANA adalah aplikasi dompet digital yang memungkinkan pengguna untuk bertransaksi secara non tunai. Aplikasi DANA memiliki beberapa fitur seperti DANA Protection dan Scan kode QR untuk pembayaran. Aplikasi DANA juga memiliki fitur Nearby Me yaitu fitur untuk mempermudah pengguna melihat dimana saja merchant DANA terdekat dengan lokasi pengguna. Kedua aplikasi tersebut memiliki fungsi yang sama antara lain sebagai alat pembayaran secara digital. Namun, dari kedua aplikasi tersebut memiliki perbedaan pada fungsi fitur dan warna serta performa yang berbeda-beda. Evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi e-wallet menjadi penting untuk mengetahui kepuasan pengguna dan meningkatkan kualitas aplikasi e-wallet [1].

User Experience (UX) memainkan peran penting dalam interaksi pengguna dengan aplikasi [4]. UX sebagai perasaan pengguna selama menggunakan aplikasi, yang mencakup aspek kenyamanan pengguna, kemudahan akses informasi, kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan pengguna, kualitas fitur dan fungsi, serta kepercayaan dan komitmen antara pengguna dan pengembang aplikasi [5]. Fitur-fitur aplikasi harus mudah diakses oleh pengguna dan sesuai dengan kebutuhan mereka, yang akan menjadi nilai tambah bagi produk tersebut [6].

Dalam konteks dompet digital atau e-wallet, penting bagi aplikasi seperti DANA dan OVO untuk terus memperbaiki pengalaman pengguna mereka. Ini termasuk menyediakan fitur-fitur yang berguna, memastikan keamanan transaksi, memperbaiki antarmuka pengguna, dan terus berinovasi sesuai perkembangan teknologi dan kebutuhan pengguna [6] [7]. Dengan demikian, mereka dapat mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di pasar yang semakin ramai ini.

Pengalaman pengguna yang optimal menjadi kunci keberhasilan suatu aplikasi [4], termasuk aplikasi e-wallet. Oleh karena itu, komparasi dari pengalaman pengguna pada aplikasi e-wallet menjadi penting untuk mengetahui kepuasan pengguna dan meningkatkan kualitas aplikasi e-wallet [8]. DANA dan OVO adalah dua dari aplikasi pembayaran digital yang paling diminati dan sering digunakan di Indonesia [3]. Keduanya memiliki basis pengguna yang besar, dan melihat perbandingan antara keduanya dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mereka bersaing dan berinovasi untuk menarik lebih banyak pengguna. Kedua perusahaan OVO dan DANA beroperasi di pasar pembayaran digital yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, komparasi antara OVO dan DANA bisa menjadi hal yang menarik bagi pengguna dalam memilih platform yang lebih ekonomis sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka, tetapi juga mendorong inovasi dan peningkatan dalam industri pembayaran digital untuk meningkatkan daya saing, kepuasan pengguna, inovasi produk, pengambilan keputusan strategis, dan pengurangan risiko di pasar yang kompetitif.

User Experience Questionnaire (UEQ) memiliki 26 item pertanyaan didalam enam skala [6] [7]. Dalam konteks distribusi skala tersebut, dikelompokkan menjadi dua kategori utama: pragmatis dan hedonis. Pragmatis berkaitan dengan aspek-aspek yang terkait langsung dengan kegunaan dan kepraktisan produk. Ini termasuk efektivitas, efisiensi, dan kinerja keseluruhan produk dalam mencapai tujuan pengguna. Sementara itu, hedonis berfokus pada aspek-aspek yang lebih emosional dan subjektif, termasuk daya tarik visual, kepuasan, dan kesenangan pengguna saat menggunakan produk. User Experience Questionnaire (UEQ) menggabungkan persepsi tentang daya tarik (Attractiveness), kualitas hedonis (Hedonic Quality), dan kualitas pragmatis (Pragmatic Quality) [8] [9] [10]. Daya tarik (Attractiveness) mengacu pada kesan terhadap pengguna produk, apakah pengguna menyukainya atau tidak. Pragmatic Quality menggambarkan kualitas interaksi yang terkait dengan tujuan pengguna, sementara Hedonic Quality berkaitan dengan aspek kesenangan atau kepuasan emosional pengguna. Ini merupakan pendekatan yang holistik dalam mengukur pengalaman pengguna, menggabungkan aspek praktis dan emosional [9].

Banyak peneliti telah melakukan analisis pengalaman pengguna sebelumnya dengan menggunakan metode dan studi kasus yang beragam. Penelitian telah dilakukan Ricco Anjasmara Putra Pratama Hadi, Hanifah Muslimah Az-zahra dan Satrio Hadi Wijoyo pada tahun 2019 yang berjudul “Evaluasi User Experience Menggunakan meCUE Questionnaire (Studi Kasus Pada Aplikasi Traveloka Dan Pegipegi)” hasilnya menunjukkan bahwa pengguna memberikan penilaian yang lebih baik terhadap user experience pada aplikasi Traveloka daripada Pegipegi, namun metode kuesioner ini masih menggunakan bahasa inggris dalam pengaplikasiannya sehingga perlu diubahnya ke dalam bahasa indonesia [11]. Penelitian selanjutnya oleh Syattya Permata Anugrah, Retno Indah Rokhmawati dan Satrio Hadi Wijoyo pada tahun 2020 yang berjudul “Perbandingan Usability Learning Management System Edmodo dan Google Classroom Menggunakan Metode Cognitive Walkthrough dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus: SMKN 3 Malang)”, temuan itu menunjukkan bahwa LMS

Edmodo mendapat penilaian yang lebih baik dalam hal user experience dibandingkan Google Classroom. Penelitian ini terfokus pada aspek usability, namun tidak adanya kegiatan wawancara secara personal kepada setiap respon mengenai kesulitan [12]. Penelitian ketiga oleh Nyoman Saputra Wahyu Wijaya, Putu Praba Santika, Ida Bagus Ary Indra Iswara dan I Nyoman Alit Arsana pada tahun 2021 yang berjudul “Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna PaTik Bali dengan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)”, hasilnya menunjukkan bahwa pengalaman pengguna diukur dalam enam skala, dengan empat skala mendapatkan penilaian baik dan dua skala mendapatkan penilaian sangat baik. Penelitian ini mampu menemukan masalah yang ada [13]. Penelitian keempat oleh Reggy Ayunda Agustina dan Muhamad Azrino Gustalika pada tahun 2022 yang berjudul “Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Linkaja Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)”, hasilnya menunjukkan bahwa berhasil memberikan rekomendasi perbaikan terhadap masalah yang ditemukan [14]. Penelitian terakhir oleh Risa Nur Islami, Shofa Shofia Hilabi dan Agustia Hananto pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis User Experience Aplikasi Traveloka dan Tiket.com Menggunakan Metode User Experience Questionnaire”, hasilnya menunjukkan bahwa aplikasi Traveloka lebih unggul dengan salah satu skala mendapatkan kategori baik, khususnya pada skala efisiensi [6].

Dari rangkaian penelitian ini, ada banyak metode untuk menganalisis user experience. Evaluasi user experience merupakan langkah penting dalam mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan aplikasi serta sistem, yang dapat membantu pengembangan untuk meningkatkan kualitas user experience secara keseluruhan. Meskipun demikian, kepuasan dalam pengalaman pengguna tidaklah tergantung pada jumlah fitur yang tersedia dalam aplikasi. Oleh karena itu, pentingnya penggunaan kriteria kegunaan sebagai standar untuk mengevaluasi kedua aplikasi dompet digital tersebut, serta menggunakan aspek UEQ sebagai alat untuk mengukur dan menilai kepuasan pengguna. User Experience Questionnaire (UEQ) difokuskan secara khusus pada pengalaman pengguna, baik dari sudut pandang kognitif maupun emosional. Ini berbeda dari beberapa metode penelitian sebelumnya yang mungkin lebih berfokus pada aspek teknis atau fungsionalitas aplikasi. Oleh karena itu, UEQ cocok untuk mengevaluasi aplikasi OVO dan DANA.

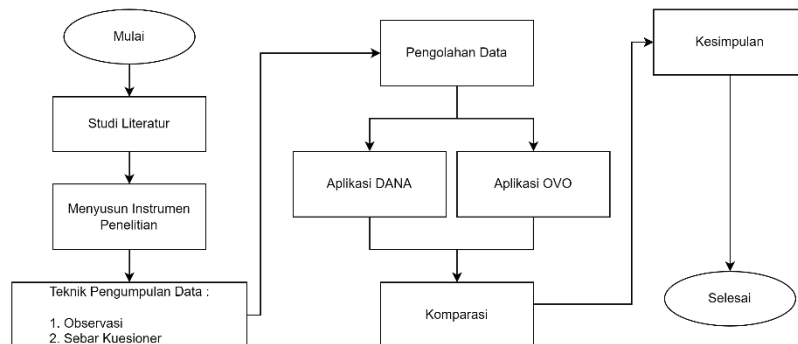
Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perbandingan user experience (UX) antara aplikasi OVO dan DANA di Kota Palembang. Data yang dikumpulkan akan difokuskan pada preferensi dan penggunaan masyarakat setempat terhadap kedua aplikasi tersebut. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi e-wallet OVO dan DANA, serta untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kualitas pengalaman pengguna.

Data yang terkumpul akan dianalisis secara komparatif antara kedua aplikasi untuk menentukan perbedaan dalam tingkat kepuasan pengguna. Maka, diharapkan penelitian ini bisa beri pemahaman lebih tentang preferensi dan user experience pada e-wallet OVO dan DANA di Kota Palembang, serta memberikan masukan yang berguna untuk perbaikan dan pengembangan masa depan dari kedua aplikasi tersebut.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian dilakukan oleh penulis ditunjukkan pada gambar 1.



**Gambar 1.** Tahap Penelitian

Gambar 1 menunjukkan 6 tahapan penelitian, yaitu :

a. Studi Literatur

Melakukan pencarian informasi mengenai metode yang digunakan, dan permasalahan yang ada pada penelitian ini yang berasal dari artikel, jurnal dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

b. Menyusun Instrumen Penelitian

Dalam penyusunan instrument penelitian ini menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) yang dilakukan berdasarkan attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation, dan novelty [6][10][15].

c. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Penulis melihat ulasan dari pengguna OVO dan DANA untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan, kondisi, atau situasi dari obyek yang sedang diteliti.

2. Penyebaran Kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ)

Peneliti mengumpulkan data dengan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner berupa google form kepada responden [16]. Setelah kuesioner didistribusikan, pengguna mengisi kuesioner sesuai pendapat dan pengalaman pribadi pengguna dalam memakai aplikasi OVO dan DANA.

d. Pengolahan Data

Untuk mengolah data pada tahap ini, Anda dapat menggunakan Excel yang tersedia di situs web UEQ, bisa diakses melalui <https://www.ueq-online.org/> [17]

e. Analisis Komparasi

Setelah mengumpulkan data dari umpan balik responden berdasarkan User Experience Questionnaire (UEQ) [18][19], data akan diolah menggunakan alat UEQ dan dibandingkan untuk membandingkan aplikasi dompet digital, yaitu OVO dan DANA. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kinerja aplikasi tersebut dan memberikan pengguna informasi yang diperlukan untuk memilih aplikasi yang cocok dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

f. Kesimpulan

Hasil kesimpulannya setelah semua analisis telah diselesaikan untuk menangani masalah yang muncul. Selanjutnya, kontribusi dan saran akan dimasukkan dalam penelitian ini guna memperbaiki kesalahan penelitian dan penulisan, yang akan menjadi acuan untuk penelitian berikutnya.

**2.2 Populasi dan Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow berguna untuk menghitung sampel saat populasi tidak diketahui. Berikut adalah rumus perhitungannya.

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \tag{1}$$

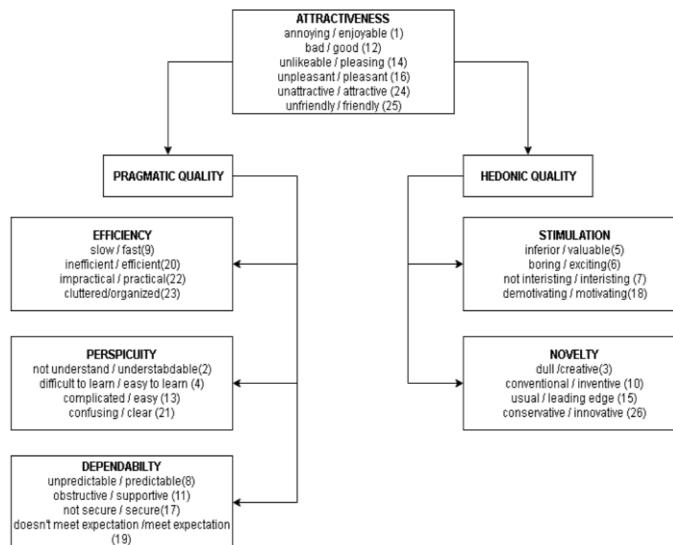
Untuk nilai n merupakan jumlah sampel, z adalah nilai standart sebesar 1.96, p merupakan maksimal estimasi dengan nilai 50% atau sama dengan 0.5, dan d merupakan nilai alpha (0.10) atau sampling error dengan nilai 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,05^2} = 96 \text{ sampel} \tag{2}$$

Dari perhitungan tersebut, total minimal sampel diperlukan pada penelitian adalah 96 responden, kemudian akan dibulatkan menjadi 100 responden oleh peneliti. Alasan penggunaan rumus dari Lemeshow (1997) adalah karena populasi yang dituju sangat luas dan jumlahnya fluktuatif.

**2.2 Pengumpulan Data Menggunakan UEQ**

Kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ) memiliki 26 item pertanyaan dalam enam skala untuk mengukur user experience [17][20]. Responden yang mengisi kuesioner merupakan responden yang sudah menggunakan aplikasi OVO dan DANA. Dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2.** Kerangka User Experience Questionnaire (UEQ)



Ada 6 skala pengukuran dan 26 elemen pertanyaan di UEQ [21] sesuai dengan pada gambar 2, yakni:

1. Attractiveness, menggambarkan kesan pengguna terhadap aplikasi, apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai aplikasi tersebut.
2. Efficiency, mencerminkan kemampuan pengguna untuk menggunakan produk dengan efisien dan cepat, serta tingkat keterorganisasian antarmuka.
3. Perspicuity, mengukur tingkat kemudahan penggunaan produk oleh pengguna.
4. Dependability, mencerminkan kepercayaan pengguna terhadap kontrol interaksi dengan aplikasi..
5. Stimulation, menilai seberapa menarik dan menyenangkan pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi, serta tingkat motivasi yang dirasakan pengguna.
6. Novelty, mengevaluasi seberapa inovatif, kreatif, dan menarik desain aplikasi.

Dibawah ini terdapat 26 pertanyaan UEQ pada tabel 1.

**Tabel 1.** Pertanyaan UEQ

No	Pertanyaan
1.	Apakah aplikasi tersebut menyusahkan/menyenangkan ?
2.	Apakah aplikasi tersebut tidak dapat dipahami/dapat dipahami?
3.	Apakah aplikasi tersebut memiliki tampilan yang kreatif/monoton?
4.	Apakah aplikasi tersebut mudah dipelajari/sulit dipelajari ?
5.	Apakah aplikasi tersebut bermanfaat/kurang bermanfaat ?
6.	Apakah menggunakan aplikasi membosankan/mengasyikan ?
7.	Apakah aplikasi tersebut tidak menarik/menarik untuk digunakan ?
8.	Apakah aplikasi tersebut tidak dapat diprediksi/dapat diprediksi ?
9.	Apakah aplikasi tersebut responnya cepat/lambat ?
10.	Apakah aplikasi tersebut memiliki tingkat inovasi berdaya cipta/konvensional?
11.	Apakah aplikasi tersebut menghalangi/mendukung aktivitas anda ?
12.	Bagaimana kesan yang anda rasakan baik/buruk pada aplikasi ?
13.	Apakah penggunaan aplikasi tersebut rumit/sederhana ?
14.	Apakah aplikasi tersebut tidak disukai/menggembirakan bagi penggunanya ?
15.	Apakah kreativitas aplikasi tersebut lazim/terdepan ?
16.	Apakah aplikasi tersebut tidak nyaman/nyaman dalam menggunakannya ?
17.	Apakah aplikasi tersebut aman/tidak aman digunakan ?
18.	Apakah aplikasi tersebut dapat memotivasi/tidak memotivasi pengguna ?
19.	Apakah aplikasi tersebut memenuhi ekspektasi/tidak memenuhi ekspektasi ?
20.	Apakah aplikasi tersebut tidak efisien/efisien ?
21.	Apakah aplikasi tersebut jelas/tidak jelas bagi pengguna ?
22.	Apakah aplikasi tersebut tidak praktis/praktis ?
23.	Apakah alur dalam menggunakan aplikasi tersebut terorganisasi/berantakan?
24.	Bagaimana kesan anda terhadap aplikasi tersebut atraktif/tidak atraktif?
25.	Apakah aplikasi tersebut ramah pengguna/tidak ramah pengguna ?
26.	Apakah aplikasi tersebut konservatif/inovatif ?

Terdapat rentang skala satu sampai tujuh yang selanjutnya ditransformasikan dengan menghitung skala nilai yang diperoleh dikurangi dengan 4, sehingga menghasilkan nilai negatif terendah -3 sampai nilai positif tertinggi +3, seperti pada tabel 2.

**Tabel 2.** Skala Dan Nilai Transformasi UEQ

No	Skala	Nilai Transformasi
1	7	+3
2	6	+2
3	5	+1
4	4	0
5	3	-1
6	2	-2
7	1	-3

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan wawancara dan pengumpulan data dari 115 responden yang mengisi kuesioner pengalaman pengguna, data diolah untuk menghasilkan evaluasi mean dari setiap item dalam setiap aspek. Evaluasi mean ini diperoleh menggunakan UEQ Data Analysis Tool, dan setiap evaluasi yang dihasilkan terdiri dari evaluasi positif, evaluasi netral dan evaluasi negatif [17], pada tabel 3.



**Tabel 3.** Keterangan Nilai Mean Hasil Dari UEQ

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

### 3.1 Analisis Uji Validitas Dan Realibilitas

#### 3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kecocokan setiap butir pertanyaan (valid atau tidak valid). Dikatakan bahwa nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) yang lebih besar dari nilai korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ) menunjukkan validitas pertanyaan tersebut. Nilai  $r_{tabel}$  ditentukan berdasarkan jumlah responden, yaitu 115 untuk OVO dan DANA. Uji validitas menggunakan correlate bivariate pearson (korelasi product moment) dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Berdasarkan jumlah responden, nilai  $r_{tabel}$  untuk uji validitas masing-masing kuesioner adalah 0,1816 [22].

##### 3.1.1.1 Variabel Daya Cipta

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel daya cipta OVO pada tabel 4.

**Tabel 4.** Variabel Daya Cipta OVO

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
A1	0,660	0,1816	Valid
A2	0,781	0,1816	Valid
A3	0,639	0,1816	Valid
A4	0,740	0,1816	Valid
A5	0,635	0,1816	Valid
A6	0,786	0,1816	Valid

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel daya cipta DANA pada tabel 5.

**Tabel 5.** Variabel Daya Cipta DANA

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
A1	0,638	0,1816	Valid
A2	0,756	0,1816	Valid
A3	0,642	0,1816	Valid
A4	0,708	0,1816	Valid
A5	0,551	0,1816	Valid
A6	0,801	0,1816	Valid

##### 3.1.1.2 Variabel Kejelasan

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel kejelasan OVO pada tabel 6.

**Tabel 6.** Variabel Kejelasan OVO

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
P1	0,620	0,1816	Valid
P2	0,777	0,1816	Valid
P3	0,735	0,1816	Valid
P4	0,741	0,1816	Valid

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel kejelasan DANA pada tabel 7.

**Tabel 7.** Variabel Kejelasan DANA

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
P1	0,536	0,1816	Valid
P2	0,803	0,1816	Valid
P3	0,670	0,1816	Valid
P4	0,696	0,1816	Valid

##### 3.1.1.3 Variabel Efisiensi

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel efisiensi OVO pada tabel 8.

**Tabel 8.** Variabel Efisiensi OVO

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
E1	0,817	0,1816	Valid
E2	0,808	0,1816	Valid
E3	0,756	0,1816	Valid
E4	0,629	0,1816	Valid

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel efisiensi DANA pada tabel 9.

**Tabel 9.** Variabel Efisiensi DANA

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
E1	0,717	0,1816	Valid
E2	0,650	0,1816	Valid
E3	0,712	0,1816	Valid
E4	0,667	0,1816	Valid

### 3.1.1.4 Variabel Ketepatan

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel ketetapan OVO pada tabel 10.

**Tabel 10.** Variabel Ketetapan OVO

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
D1	0,765	0,1816	Valid
D2	0,717	0,1816	Valid
D3	0,758	0,1816	Valid
D4	0,837	0,1816	Valid

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel ketetapan DANA pada tabel 11.

**Tabel 11.** Variabel Ketetapan DANA

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
D1	0,719	0,1816	Valid
D2	0,604	0,1816	Valid
D3	0,783	0,1816	Valid
D4	0,762	0,1816	Valid

### 3.1.1.5 Variabel Stimulasi

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel stimulasi OVO pada tabel 12.

**Tabel 12.** Variabel Stimulasi OVO

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
S1	0,713	0,1816	Valid
S2	0,741	0,1816	Valid
S3	0,796	0,1816	Valid
S4	0,839	0,1816	Valid

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel stimulasi DANA pada tabel 13.

**Tabel 13.** Variabel Stimulasi DANA

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
S1	0,697	0,1816	Valid
S2	0,618	0,1816	Valid
S3	0,749	0,1816	Valid
S4	0,743	0,1816	Valid

### 3.1.1.6 Variabel Kebaruan

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel kebaruan OVO pada tabel 14.

**Tabel 14.** Variabel Kebaruan OVO

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
N1	0,811	0,1816	Valid
N2	0,687	0,1816	Valid

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
N3	0,882	0,1816	Valid
N4	0,677	0,1816	Valid

Di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk indikator variabel kebaruan DANA pada tabel 15.

**Tabel 15.** Variabel Kebaruan DANA

Variable	Corrected Item-Total Correlatin	R table	Keterangan
N1	0,748	0,1816	Valid
N2	0,664	0,1816	Valid
N3	0,739	0,1816	Valid
N4	0,564	0,1816	Valid

### 3.1.2 Uji Realibilitas

Ini dilakukan untuk memverifikasi realibel kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Keandalan mengindikasikan seberapa dapat diandalkannya kuesioner dalam pengumpulan data penelitian. Uji reliabilitas dilakukannya melalui nilai Koefisien Cronbatch’s Alpha menggunakan UEQ Data Analysis Tool [23]. Setiap variabel UEQ memiliki nilai Koefisien Alpha Cronbach ( $\alpha$ ), yang menggambarkan tingkat realibel masing-masing variabel. Standar nilai Koefisien Cronbatch’s Alpha ( $\alpha$ ) yang diterima untuk menganggap kuesioner dapat diandalkan adalah  $>0,60$ . Jika nilai Koefisien Cronbatch’s Alpha ( $\alpha$ )  $<0,60$ , sehingga kuesioner dianggap bukan bisa diandalkan dan bukan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data seperti pada tabel 16 untuk realibilitas OVO dan tabel 17 untuk realibilitas DANA.

**Tabel 16.** Realibilitas OVO

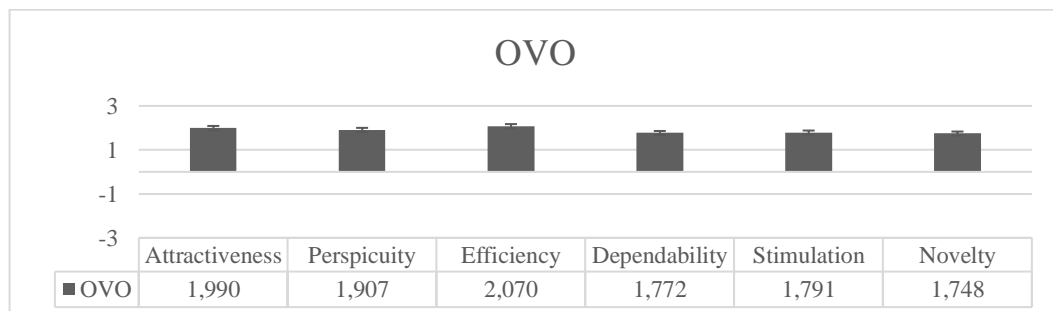
Variable	Cronbatch’s Alpha (a)	Keterangan
Attractiveness	0,79	Realibel
Perspiciuity	0,67	Realibel
Novelty	0,73	Realibel
Stimulation	0,77	Realibel
Dependability	0,76	Realibel
Efficiency	0,73	Realibel

**Tabel 17.** Realibilitas DANA

Variable	Cronbatch’s Alpha (a)	Keterangan
Attractiveness	0,76	Realibel
Perspiciuity	0,61	Realibel
Novelty	0,61	Realibel
Stimulation	0,64	Realibel
Dependability	0,68	Realibel
Efficiency	0,61	Realibel

### 3.2 Hasil Analisis User Experience Aplikasi OVO

Hasil penelitian menunjukkan OVO tidak menerima ulasan negatif dengan mendapatkan 26 evaluasi positif. Pengalaman pengguna OVO dievaluasi dengan enam aspek yang terdapat dalam kuesioner, dapat dilihat dari gambar 3 berikut.



**Gambar 3.** Visualisai Evaluasi User Experience Pengguna OVO

Evaluasi keseluruhan dari pengalaman pengguna OVO berdasarkan aspek daya tarik menunjukkan bahwa para pengguna memberikan penilaian positif terhadap layanan OVO, dengan nilai mean 1,990. Ini menandakan bahwa OVO berhasil memberikan pelayanan yang memuaskan, sehingga mereka menyukai penggunaan OVO. Selanjutnya, evaluasi aspek kejelasan menunjukkan hasil positif dengan nilai mean 1,907, menandakan bahwa

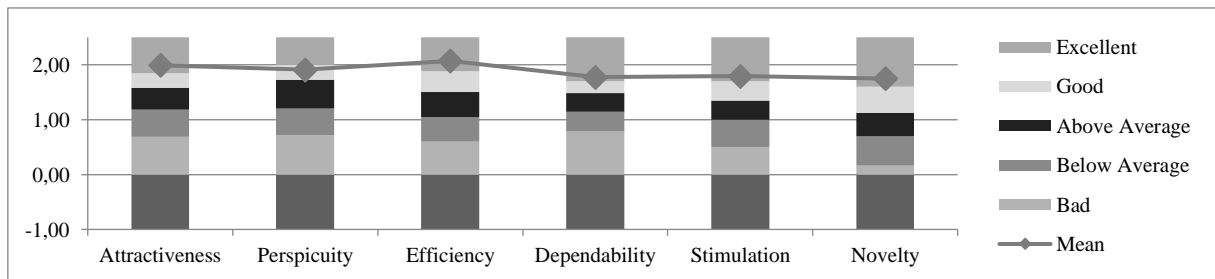
layanan OVO disajikan secara sederhana dan jelas dalam aplikasinya, sehingga pengguna dapat dengan mudah memahami cara menggunakan layanan OVO. Aspek efisiensi juga mendapat evaluasi positif dari para pengguna dengan nilai mean 2,070. Ini memperlihatkan bahwa OVO cepat, efisien, praktis, dan terorganisir dalam melayani pengguna, memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Penilaian terhadap aspek ketepatan juga cukup baik, dengan nilai mean 1,772. Ini menandakan bahwa layanan OVO dapat diprediksi, mendukung, aman, dan memenuhi ekspektasi pengguna dengan baik. Aspek stimulasi juga mendapat penilaian positif dari para pengguna, dengan nilai mean 1,791. Hal ini menandakan bahwa OVO memberikan pengalaman yang menyenangkan, menarik, dan memotivasi bagi pengguna. Terakhir, aspek kebaruan memberikan penilaian positif kepada layanan OVO, dengan nilai mean 1,748. Ini menandakan bahwa OVO memiliki elemen kreativitas, daya cipta, kepemimpinan, dan inovasi yang diapresiasi oleh pengguna.

Dari keenam skala tersebut kemudian dibagi menjadi attractiveness, pragmatic quality (perspicuity, efficiency, dependability) dan hedonic quality (stimulation, novelty), tertera pada tabel 18 berikut.

**Tabel 18.** Analisis Hasil Pragmatic dan Hedonic Quality

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	1,82
Pragmatic Quality	1,74
Hedonic Quality	1,53

Pengalaman Pengguna OVO berdasarkan hasil pragmatic dan hedonic quality menerangkan bahwa aspek kualitas attractiveness menghasilkan evaluasi tertinggi yaitu 1,82. Selanjutnya posisi kedua pada aspek pragmatic quality yang memperoleh nilai mean sebesar 1,74 dan terakhir aspek hedonic quality sebesar 1,53. Selain itu, juga terdapat analisis benchmark yang tertera pada gambar 4 dan tabel 19.



**Gambar 4.** Diagram Benchmark UEQ OVO

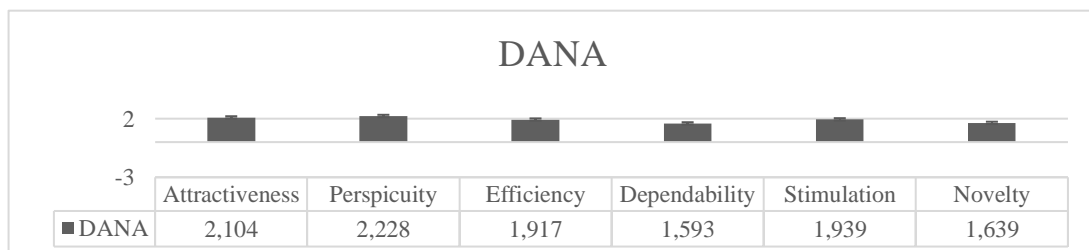
**Tabel 19.** Benchmark UEQ OVO

Scale	Mean	Comparison to benchmark	Interpretation
Attractiveness	1,99	Excellent	In the range of the 10% best results
Perspicuity	1,91	Good	10% of results better, 75% of results worse
Efficiency	2,07	Excellent	In the range of the 10% best results
Dependability	1,77	Excellent	In the range of the 10% best results
Stimulation	1,79	Excellent	In the range of the 10% best results
Novelty	1,75	Excellent	In the range of the 10% best results

Sesuai dengan gambar 4 dan tabel 19 di atas, diperoleh data bahwa aspek attractiveness (1,99), efficiency (2,07), dependability (1,77), stimulation (1,79), novelty (1,75) memperoleh kategori “Excellent”, aspek perspicuity (1,91) memperoleh kategori “Good”.

### 3.3 Hasil Analisis User Experience Aplikasi DANA

Hasil penelitian menunjukkan OVO tidak menerima ulasan negatif dengan mendapatkan 26 evaluasi positif. Pengalaman pengguna DANA dievaluasi dengan enam aspek yang terdapat dalam kuesioner, hal ini dapat dilihat dari gambar 5 berikut.



**Gambar 5.** Visualisai Evaluasi User Experience Pengguna DANA

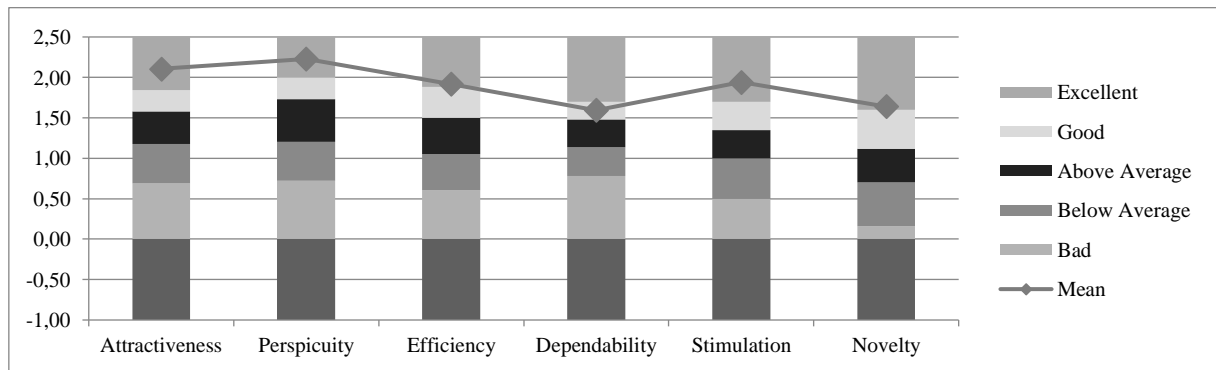
Evaluasi keseluruhan dari pengalaman pengguna DANA berdasarkan aspek daya tarik menunjukkan bahwa para pengguna memberikan penilaian positif terhadap layanan DANA, dengan nilai rata-rata sebesar 2,104. Ini menandakan bahwa DANA berhasil memberikan pelayanan yang memuaskan, sehingga mereka menyukai penggunaan DANA. Selanjutnya, evaluasi aspek kejelasan menunjukkan hasil positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,228, menandakan bahwa layanan DANA disajikan secara sederhana dan jelas dalam aplikasinya, sehingga pengguna dapat dengan mudah memahami cara menggunakan layanan DANA. Aspek efisiensi juga mendapat evaluasi positif dari para pengguna dengan nilai rata-rata sebesar 1,917. Ini membuktikan DANA cepat, efisien, praktis, dan terorganisir dalam melayani pengguna, memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Penilaian terhadap aspek ketepatan juga cukup baik, dengan nilai mean sebesar 1,593. Ini menandakan layanan DANA dapat diprediksi, mendukung, aman, dan memenuhi ekspektasi pengguna dengan baik. Aspek stimulasi juga mendapat penilaian positif dari para pengguna, dengan nilai mean sebesar 1,939. Ini menunjukkan bahwa DANA memberikan pengalaman yang menyenangkan, menarik, dan memotivasi bagi pengguna. Terakhir, aspek kebaruan memberikan penilaian positif kepada layanan DANA, dengan nilai rata-rata sebesar 1,639. Menandakan DANA memiliki elemen kreativitas, daya cipta, kepemimpinan, dan inovasi yang diapresiasi oleh pengguna.

Dari keenam skala tersebut kemudian dibagi menjadi attractiveness, pragmatic quality (perspicuity, efficiency, dependability) dan hedonic quality (stimulation, novelty) [24], tertera pada tabel 20 berikut.

**Tabel 20.** Analisis Hasil Pragmatic dan Hedonic Quality

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	2,10
Pragmatic Quality	1,91
Hedonic Quality	1,79

Pengalaman Pengguna DANA berdasarkan hasil pragmatic dan hedonic quality menerangkan bahwa aspek kualitas attractiveness menghasilkan evaluasi tertinggi yaitu 2,10. Selanjutnya posisi kedua pada aspek pragmatic quality yang memperoleh nilai mean 1,91 dan terakhir aspek hedonic quality sebesar 1,79. Terdapat juga analisis benchmark tertera pada gambar 6 dan tabel 21.



**Gambar 6.** Diagram Benchmark UEQ DANA

**Tabel 21.** Benchmark UEQ OVO

Scale	Mean	Comparison to benchmark	Interpretation
Attractiveness	2,10	Excellent	In the range of the 10% best results
Perspicuity	2,23	Excellent	In the range of the 10% best results
Efficiency	1,92	Excellent	In the range of the 10% best results
Dependability	1,59	Good	10% of results better, 75% of results worse
Stimulation	1,94	Excellent	In the range of the 10% best results
Novelty	1,64	Excellent	In the range of the 10% best results

Berdasarkan tabel 21 di atas, dapat dilihat perolehan data bahwa aspek attractiveness (2,10), perspicuity (2,23) efficiency (1,92), stimulation (1,94), novelty (1,64) memperoleh kategori “Excellent”, aspek dependability (1,59) memperoleh kategori “Good”.

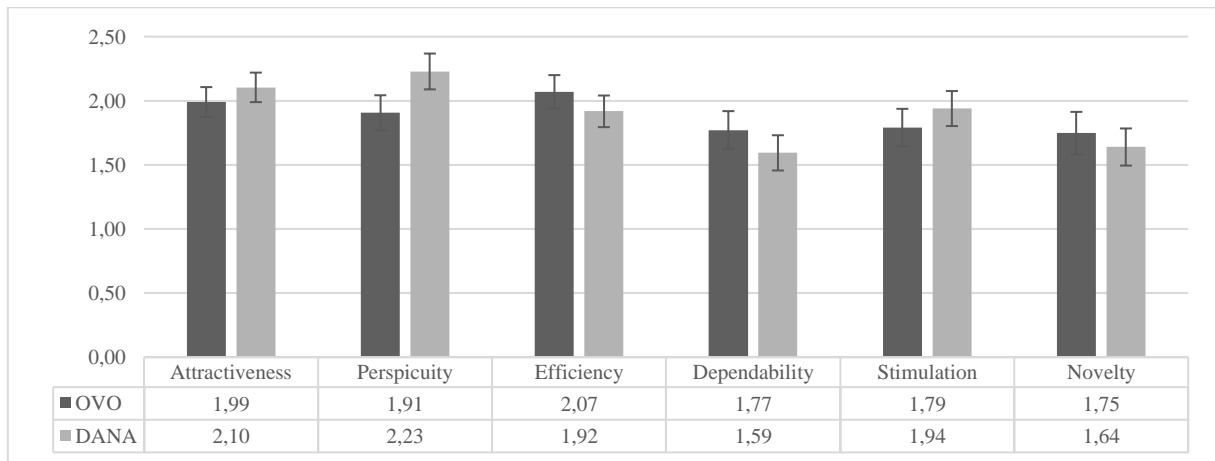
### 3.4 Perbandingan Penilaian User Experience OVO dan DANA

Perbandingan ini dievaluasi menggunakan T-test dengan UEQ Data Analysis Tool [25]. T-test digunakan untuk menunjukkan pada setiap skala apakah rata-rata kedua pengukuran berbeda secara signifikan antara OVO dan DANA. Tingkat signifikansi, dilambangkan sebagai alfa atau  $\alpha$  digunakan untuk T-test adalah 0.05 ( $\alpha = 0.05$ ). Jika nilai  $t > 0.05$ , itu menghasilkan tidak ada perbedaan yang signifikan, sedangkan jika nilai  $t < 0.05$ , itu menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan. Hasil evaluasi user experience OVO dan DANA tertera pada tabel 22 di bawah.

**Tabel 22.** Hasil Perbandingan Pengalaman Pengguna OVO dan DANA

Variabel	Mean Modul		Nilai Signifikansi
	OVO	DANA	
Attractiveness	1,99	2,10	0,1717
Perspiciuity	1,91	2,23	0,0014
Efficiency	2,07	1,92	0,0979
Dependability	1,77	1,59	0,0841
Stimulation	1,79	1,94	0,1480
Novelty	1,75	1,64	0,3336

Pada uji perbandingan user experience antara OVO dan DANA memiliki 5 aspek yang menghasilkan tidak ada perbedaan signifikan dan 1 aspek yaitu perspiciuity yang menghasilkan adanya perbedaan secara signifikan. Secara grafis, hasil perbandingan UEQ scale mean aplikasi OVO dan DANA dapat dilihat pada gambar 7 berikut.



**Gambar 7.** Grafik Perbandingan Penilaian User Experience OVO dan DANA

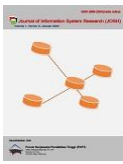
Dari keseluruhan 6 skala yang diukur, menunjukkan bahwa aplikasi DANA pada skala kejelasan (perspiciuity) dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,23 lebih unggul daripada skala lainnya. Sementara pada aplikasi DANA menunjukkan skala ketepatan (dependability) dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 1,59 yang lebih rendah dibandingkan skala lainnya. Dari hasil pengolahan data dari penyebaran kuesioner UEQ, sebagian besar menunjukkan hasil skala dalam kategori excellent. User experience pada OVO unggul dalam tiga skala, yaitu skala Attractiveness, Perspiciuity, dan Stimulation. Sementara DANA unggul dalam tiga skala yaitu skala Efficiency, Dependability, dan Novelty.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil komparasi user experience pada aplikasi OVO dan DANA melalui 115 responden yang berusia 14 tahun sampai 25 tahun yang berasal dari Kota Palembang dengan metode User Experience Questionnaire (UEQ) yang memiliki 6 skala yaitu daya cipta (attractiveness), efisiensi (efficiency), kejelasan (perspiciuity), ketepatan (dependability), stimulasi (stimulation), kebaruan (novelty). Berdasarkan hasil perbandingan antara OVO dan DANA, keduanya menawarkan pengalaman pengguna yang positif. OVO menonjol dalam beberapa variabel, terutama dalam kategori layanan yang sangat cepat, efisiensi, kemudahan penggunaan, dukungan transaksi, keamanan, serta dalam demonstrasi kreativitas dan inovasi. Sementara itu, DANA memberikan pelayanan yang memuaskan dengan tampilan aplikasi yang sederhana dan jelas, serta mempersembahkan berbagai produk yang mampu membuat pengguna bahagia dan termotivasi, serta menawarkan produk-produk yang menarik perhatian pengguna. Namun jika kedua aplikasi dibandingkan, maka aplikasi DANA yang lebih unggul untuk digunakan dibandingkan aplikasi OVO. Hal ini ditunjukkan dengan hasil rata-rata perbandingan skala dari aplikasi DANA lebih tinggi dibandingkan aplikasi OVO. Pengukuran pengalaman pengguna dalam penelitian ini hanya mencakup enam skala, padahal konsep pengalaman pengguna mempunyai cakupan yang sangat banyak dan beragam metode pengukuran berbeda. Maka dari itu, penelitian selanjutnya bisa memperluas pengukuran pengalaman pengguna dengan mempertimbangkan skala lain yang memengaruhi pengalaman pengguna. Dengan demikian, penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang lebih dalam dan komprehensif tentang user experience.

#### REFERENCES

- [1] Prima Sahputra E., "EVALUASI USER EXPERIENCE PADA APLIKASI E-WALLET DENGAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE," 2021.



- [2] “Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi.” Diakses: 21 April 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>
- [3] D. Angelia, “10 Dompot Digital Paling Populer, Siapa Pemenangnya? - GoodStats.” Diakses: 21 April 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://goodstats.id/article/startup-dompot-digital-paling-banyak-diketahui-masyarakat-q1-2022-siapa-pemenangnya-4e2K5>
- [4] Nurhayati D., “Evaluasi User Experience Pada Edmodo Dan Google Classroom Menggunakan Technique for User Experience Evaluationin E Learning(TUXEL)(Studi Pada SMKN 5 Malang ).,” hlm. 6–7, 2019.
- [5] F. D. L. Wulandari Rofni I, “Pengukuran User Experience Pada E- Learning Di Lingkungan Universitas Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ,” *Jurnal Mantik Penusa*, vol. 2, hlm. 147, Des 2018.
- [6] R. Islami, S. S. Hilabi, dan A. Hananto, “Analisis User Experience Aplikasi Traveloka dan Tiket.Com Menggunakan Metode User Experience Qestionnaire,” *remik*, vol. 7, no. 1, hlm. 497–503, Jan 2023, doi: 10.33395/remik.v7i1.12106.
- [7] W. N. G. R. Surahman M, “ANALISIS USABILITY DAN USER EXPERIENCE APLIKASI KONSULTASI KESEHATAN ONLINE MENGGUNAKAN SYSTEM USABILITY SCALE DAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE,” *Jurnal Siliwangi*, vol. 7, no. 1, hlm. 2–4, 2021.
- [8] F. D. N. Annisa, J. N. U. Jaya, dan S. Surmiati, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet OVO dan GOPAY Dengan Metode User Experience Questionnaire,” *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 3, no. 3, hlm. 242–244, Apr 2022, doi: 10.47065/josh.v3i3.1527.
- [9] A. Noor dan E. L. Hadisaputro, “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi TIX ID Menggunakan Metode User Experience Questionnaire,” *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 3, no. 4, hlm. 673–675, Jul 2022, doi: 10.47065/josh.v3i4.1881.
- [10] M. Audi, R. I. Rokhmawati, dan H. Muslimah Az-Zahra, “Analisis Aspek Usability dan User Experience Website dan Aplikasi Mobile Radio Streaming (Studi Pada Website dan Aplikasi Mobile Radio Prambors),” 2018. [Daring]. Tersedia pada: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [11] R. Anjasmara, P. P. Hadi, H. Muslimah Az-Zahra, dan S. H. Wijoyo, “Evaluasi User Experience Menggunakan meCUE Questionnaire (Studi Kasus Pada Aplikasi Traveloka Dan Pegipegi),” 2019. [Daring]. Tersedia pada: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [12] S. P. Anugrah, R. I. Rokhmawati, dan S. H. Wijoyo, “Perbandingan Usability Learning Management System Edmodo dan Google Classroom Menggunakan Metode Cognitive Walkthrough dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus: SMKN 3 Malang),” 2020. [Daring]. Tersedia pada: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [13] N. Saputra dkk., “ANALISIS DAN EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA PaTik BALI DENGAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ),” *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, vol. 8, no. 2, hlm. 218, 2021, doi: 10.25126/jtiik.202182763.
- [14] R. A. Agustina dan A. Gustalika, “Bulletin of Information Technology (BIT) Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Linkaja Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ),” vol. 3, no. 4, hlm. 323–331, 2022, doi: 10.47065/bit.v3i1.
- [15] S. Fauziah Novitasari, Y. T. Mursityo, dan A. N. Rusydi, “EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA PADA E-COMMERCE SOCIOLLA.COM MENGGUNAKAN USABILITY TESTING DAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ),” 2020.
- [16] A. Luthfi, T. Adinegoro, R. I. Rokhmawati, dan H. Muslimah Az-Zahra, “Analisis Pengalaman Pengguna pada Website E-commerce Dengan Menggunakan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi pada Lazada.co.id, Blibli.com dan JD.id),” 2018. [Daring]. Tersedia pada: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [17] M. Schrepp, “User Experience Questionnaire Handbook,” Sep 2023. [Daring]. Tersedia pada: [www.ueq-online.org](http://www.ueq-online.org)
- [18] S. Viski Izabal, I. Aknuranda, dan H. Muslimah Az-Zahra, “Evaluasi dan Perbaikan User Experience Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan Focus Group Discussion (FGD) pada Situs Web FILKOM Apps Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya,” 2018. [Daring]. Tersedia pada: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [19] R. Umar, A. Zakilah Ifani, F. Irbati Ammatulloh, dan M. Anggriani, “ANALISIS SISTEM INFORMASI WEB LSP UAD MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ),” *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, vol. 4, no. 2, hlm. 173–175, 2020, doi: 10.46880/jmika.Vol4No2.pp173-178.
- [20] M. Azman Maricar, D. Pramana, D. R. Putri, dan P. Korespondensi, “EVALUASI PENGGUNAAN SLiMS PADA E-LIBRARY DENGAN MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ),” vol. 8, no. 2, hlm. 320–323, 2021, doi: 10.25126/jtiik.202184443.
- [21] H. Saputra dan M. Falah, “ANALISIS USER EXPERIENCE PADA SISTEM INFORMASI AKADEMIK STMIK PALCOMTECH PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ),” hlm. 15–19, 2020.
- [22] Junaidi, “Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana) df = 1-200.” [Daring]. Tersedia pada: <http://junaidichaniago.wordpress.com>, di akses tanggal 20 September 2023
- [23] S. Putro, Kusrini, dan M. P. Kurniawan, “Penerapan Metode UEQ dan Cooperative Evaluation untuk Mengevaluasi User Experience Lapor Bantul,” *Citec Journal*, vol. 6, no. 1, hlm. 28–29, 2019.
- [24] S. Khoirunnisa dan M. Citra Sondari, “Analisis User Experience Aplikasi Halo Hermina Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ),” *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, vol. 2, no. 1, hlm. 51–53, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- [25] S. Prasetyaningsih dan S. P. N. Muchtar, “Analisis Perbandingan User Experience pada Website dan Aplikasi Mobile Shopee Menggunakan UEQ,” *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, vol. 5, no. 3, hlm. 162–170, Sep 2023, doi: 10.35746/jtim.v5i3.326.