

**PERBANDINGAN *USER USABILITY* APLIKASI  
*FOOD DELIVERY ONLINE*  
(Shopeefood, Grabfood, Gofood)**



Disusun Oleh:

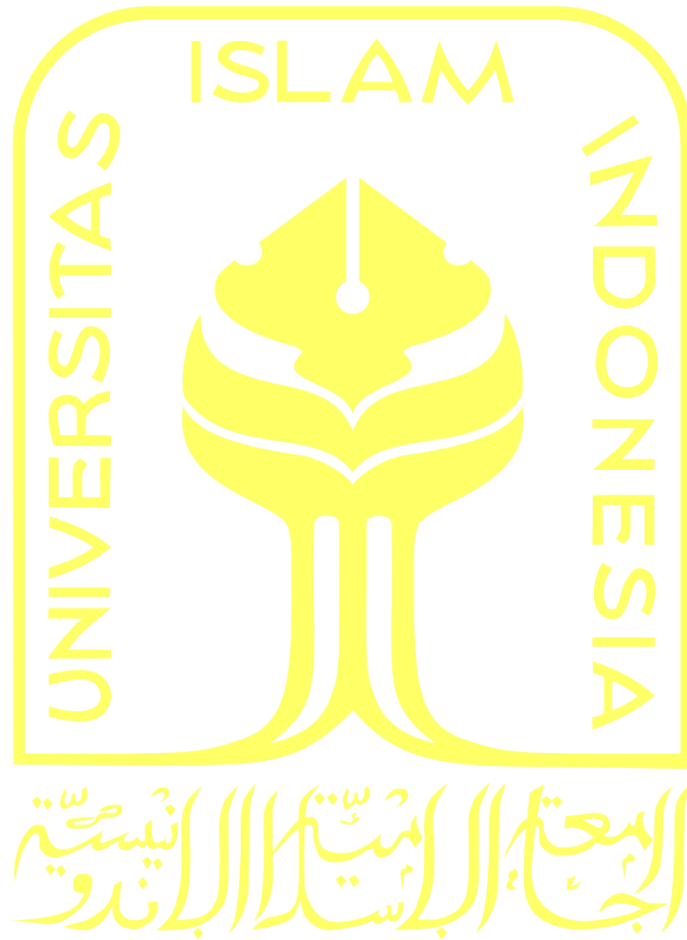
N a m a : Naufal Fadhlurrohman  
NIM : 19523216

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2023**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PERBANDINGAN *USER USABILITY* APLIKASI  
*FOOD DELIVERY ONLINE* DI INDONESIA  
(Shopeefood, Grabfood, Gofood)**

**TUGAS AKHIR**



Disusun Oleh:

N a m a : Naufal Fadhlurrohman

NIM : 19523216

Yogyakarta, 15 Mei 2023

Pembimbing,

( Beni Suranto, S.T., M.SOFTENG )

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PERBANDINGAN *USER USABILITY* APLIKASI  
*FOOD DELIVERY ONLINE* DI INDONESIA  
(Shopeefood, Grabfood, Gofood)**

**TUGAS AKHIR**

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 15 Mei 2023

Tim Penguji

Beni Suranto, S.T., M.SOFTENG.

**Anggota 1**  
Chanifah Indah Ratnasari, S.kom.,  
M.KOM.

**Anggota 2**  
Chandra Kusuma Dewa, S.Kom., M.Cs.,  
Ph.D



Mengetahui,  
Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Islam Indonesia



(Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naufal Fadhlurrohman

NIM : 19523216

Tugas akhir dengan judul:

### **PERBANDINGAN USER USABILITY APLIKASI FOOD DELIVERY ONLINE (Shopeefood, Grabfood, Gofood)**

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Mei 2023



( Naufal Fadhlurrohman )



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillah* rabbil'alam, puji syukur kupanjatkan kepada Allah SWT. Tuhan semesta alam, Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji ku ucapkan KepadaMu, karena atas rahmat dan seizinMu, aku bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak lupa rasa terima kasih juga kuberikan sebesar besarnya kepada kedua orang tua yang sudah berjuang sehingga saya selaku anaknya mendapatkan pendidikan yang layak dan bias menyelesaikan tugas akhir ini.

## HALAMAN MOTO

“hidup mulia mati masuk surga”

sebuah kata kata yang selalu diucapkan setiap pagi semenjak duduk di bangku SMP, sebuah kata kata sederhana tapi mengandung doa yang begitu kuat di dalamnya.

“Orang Berilmu sederajat lebih utama dari syahid, Syahid sederajat lebih utama dari hamba.

Keutamaan orang berilmu atas semua manusia bagaikan keutamaanku atas orang yang memiliki keutamaan yang terendah dari mereka.”

(Majma al-bayan, 253/9)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul "Perbandingan *User Usability* Aplikasi *Food Delivery Online* (Studi kasus: Shopeefood, Grabfood, dan Gofood)" merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Informatika di Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan usability antara beberapa aplikasi *food delivery online* terpopuler di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif dengan menganalisis responden dan data yang didapat dari tes *usability* yang dilakukan pada beberapa aplikasi *food delivery online* yang dipilih.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kewarasan, rahmat dan juga hidayahnya sehingga penulis bias menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua yang sudah berjuang sehingga penulis bisa mendapatkan pendidikan yang layak.
3. Seluruh keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., selaku ketua Jurusan Informatika
5. Bapak Ahmad Raf'ie Pratama, S.T, M.I.T, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Bapak Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D., selaku ketua Prodi Informatika.
7. Beni Suranto, S.T., M.SOFTENG, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini
8. Bapak Ibu dosen yang tidak dapat penulis sebutkan seluruhnya. Terimakasih telah memberikan banyak ilmu selama penulis berkuliah.
9. Sahabat-sahabat terdekat penulis terutama Salwa, Asyam, Fisya. Naufal Adani, Yaafi. Azmi, Rasya, dan teman teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pembuat aplikasi *food delivery online*

Yogyakarta, 15 Mei 2023

( Naufal Fadhlurrohman )

## SARI

Aplikasi *food delivery online* saat ini sudah sangat populer di Indonesia. Banyak aplikasi *food delivery* yang tersedia di pasaran, namun tidak semuanya sama dalam hal *usability*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan *usability* antara 3 (tiga) aplikasi *food delivery online*, yaitu Shopeefood, Grabfood, dan Gofood.

Penelitian ini menggunakan metode gabungan dengan menganalisis responden dan data yang didapat dari tes *usability* yang dilakukan pada beberapa aplikasi *food delivery online* yang dipilih. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *usability* antara aplikasi *food delivery online* yang dipilih. Aplikasi yang memiliki *UI* terbaik adalah Gofood dengan jumlah pengguna terbanyak, Aplikasi yang memiliki *UX* terbaik adalah Shopeefood dengan frekuensi penggunaan terbanyak. Sehingga bisa disimpulkan bahwa *usability* sebuah aplikasi berbanding lurus dengan minat pengguna

*Kata kunci: UserUsability, Aplikasi Food Delivery, UI, UX*

## GLOSARIUM

<i>Aplikasi</i>	Aplikasi adalah sebuah perangkat lunak atau <i>software</i> yang dapat beroperasi pada sebuah sistem tertentu yang dikembangkan agar dapat melakukan perintah tertentu.
<i>Avg Duration</i>	<i>Avg duration</i> atau rata-rata durasi adalah salah satu metrik dalam <i>usability testing</i> yang mengukur berapa lama waktu yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menyelesaikan suatu tugas atau aktivitas dalam penggunaan suatu aplikasi atau <i>website</i> . Metrik ini membantu untuk mengukur efisiensi dan efektivitas penggunaan produk digital tersebut oleh pengguna.
<i>Avg success</i>	<i>Avg success</i> atau rata-rata keberhasilan dalam <i>usability testing</i> adalah metrik yang digunakan untuk mengukur seberapa sukses pengguna dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu di dalam sebuah aplikasi atau <i>website</i> . Metrik ini biasanya diukur dalam persentase keberhasilan dari jumlah pengguna yang berhasil menyelesaikan tugas yang diberikan.
<i>Missclick Rate</i>	Salah satu metrik yang digunakan dalam <i>usability testing</i> untuk mengukur seberapa sering pengguna melakukan klik yang tidak diinginkan atau tidak disengaja saat menggunakan sebuah aplikasi atau situs web.
<i>Nilai SUS</i>	SUS ( <i>System Usability Scale</i> ) adalah kuesioner yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap suatu produk atau sistem dengan mengukur berbagai aspek <i>usability</i> . Skor SUS dihitung dengan menjumlahkan skor dari masing-masing pertanyaan, mengalikan jumlah tersebut dengan 2.5, dan kemudian membagi dengan jumlah total skor maksimum. Skor SUS memiliki rentang nilai antara 0 hingga 100, di mana semakin tinggi skor SUS menunjukkan semakin baik pengalaman pengguna terhadap sistem yang diuji.
<i>Os</i> ( <i>Operating System</i> )	Perangkat lunak sistem yang mengendalikan dan mengelola sumber daya perangkat keras dan perangkat lunak pada sebuah komputer atau perangkat elektronik.
<i>Food Delivery</i> <i>Online</i>	Sebuah sarana berbentuk aplikasi perangkat lunak yang menghubungkan antara konsumen, <i>driver</i> sebagai kurir dan restoran atau usaha kuliner secara daring.
<i>Usability</i>	Kemampuan suatu produk atau sistem untuk digunakan dengan efektif, efisien, dan memuaskan oleh pengguna dalam konteks penggunaan tertentu. Secara sederhana, <i>usability</i> dapat diartikan sebagai ukuran kemudahan penggunaan suatu produk atau sistem.

- User Experience* Pengalaman yang dirasakan pengguna saat menggunakan produk atau layanan aplikasi yang mereka gunakan.
- User Interface* Desain antarmuka sebuah aplikasi perangkat lunak yang berinteraksi langsung dengan pengguna dan memengaruhi tampilan sebuah perangkat lunak dari segi estetika maupun fungsional.
- Usability Testing* Metode yang digunakan oleh pengembang aplikasi perangkat lunak atau penguji perangkat lunak untuk mengetahui kemudahan pengguna menggunakan sebuah aplikasi perangkat lunak.
- Web-based* Istilah yang merujuk pada suatu sistem atau aplikasi yang berbasis web, artinya aplikasi tersebut diakses melalui jaringan internet dan dijalankan pada server yang terhubung dengan internet

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
SARI .....	viii
GLOSARIUM .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II KAJIAN LITERATUR .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 KERANGKA KONSEPSUAL .....	9
2.2.1 <i>Usability Testing</i> .....	9
2.2.2 <i>Moderated Testing dan Unmoderated</i> .....	12
2.2.3 <i>Remote dan In-Person Testing</i> .....	12
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN .....	13
2.4 Hipotesis .....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	15
3.1 Objek Penelitian .....	15
3.2 Subjek Penelitian .....	15
3.2.1 Subjek Kuesioner .....	15
3.3 Jenis Data .....	15
3.3.1 Data Primer .....	15
3.3.2 Data Sekunder .....	16
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	16
3.5 Peralatan Penelitian .....	16
3.6 Alur Penelitian .....	17
3.6.1 Studi Lapangan .....	18
3.6.2 Studi Literatur .....	18
3.6.3 Identifikasi Masalah .....	19
3.6.4 Perumusan Masalah .....	19
3.6.5 Pengumpulan Data Demografi, Data Awalan dan Data Menggunakan <i>tools</i> .....	19
3.6.6 Analisis .....	20
3.6.7 Kesimpulan dan Saran .....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	21
4.1 Hasil Pengumpulan Data Demografi .....	21
4.2 Pengumpulan Data Awalan .....	27

4.2	<i>Usability Testing</i> Menggunakan Maze .....	38
4.3	Pembahasan .....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		43
5.1	Kesimpulan .....	43
5.2	Saran .....	43
DAFTAR PUSTAKA .....		46
LAMPIRAN.....		46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Studi Terdahulu .....	8
Tabel 4. 1 Lama Penggunaan Aplikasi .....	21
Tabel 4. 2 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Food Delivery .....	22
Tabel 4. 3 RAM yang Digunakan oleh Responden Dengan Os Android.....	23
Tabel 4. 4 Jenis iPhone yang Digunakan oleh Responden dengan Os iOS.....	23
Tabel 4. 5 Alasan menggunakan aplikasi .....	26
Tabel 4. 6 Hasil <i>Usability Testing</i> dengan Menggunakan <i>Web-tools</i> Maze.....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hipotesis .....	14
Gambar 3. 1 Alur Penelitian .....	18
Gambar 4. 1 Lama Penggunaan Aplikasi .....	21
Gambar 4. 2 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Food Delivery .....	22
Gambar 4. 3 Os yang digunakan responden .....	23
Gambar 4. 4 Pekerjaan .....	25
Gambar 4. 5 Umur .....	25
Gambar 4. 6 Pendapatan Perbulan .....	26
Gambar 4. 7 Aplikasi Yang Digunakan .....	27
Gambar 4. 8 Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan .....	28
Gambar 4. 9 Memiliki Perpaduan Warna ( <i>Collour Pallate</i> ) Paling Nyaman .....	29
Gambar 4. 10 Tampilan aplikasi yang paling nyaman digunakan .....	29
Gambar 4. 11 Memiliki Icon Paling Menarik .....	30
Gambar 4. 12 Memiliki Tampilan Halaman Utama Paling Rapih .....	31
Gambar 4. 13 Paling nyaman untuk melakukan pencarian dan pemesanan makanan .....	32
Gambar 4. 14 Perkiraan waktu paling akurat .....	33
Gambar 4. 15 Titik Maps Paling Akurat .....	34
Gambar 4. 16 Paling Cepat Menemukan Driver .....	35
Gambar 4. 17 Paling mudah dalam pengisian saldo .....	35
Gambar 4. 18 Paling mudah dalam memasang promo .....	37
Gambar 4. 19 tampilan halaman utama Grab .....	40
Gambar 4. 20 tampilan halaman utama Shopee .....	40
Gambar 4. 21 tampilan halaman utama Gojek .....	40

# 1 BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Aktivitas manusia yang semakin padat dan terus berkembang pesat telah menyita banyak waktu dan menuntut manusia itu sendiri untuk bisa memanfaatkan waktu se efektif mungkin. Pada saat yang sama, kebutuhan akan makanan tidak pernah berhenti, sehingga banyak masyarakat yang tidak memiliki cukup waktu untuk keluar mencari makanan atau beristirahat sejenak dari pekerjaannya. Hal ini menyebabkan aplikasi *food delivery* menjadi salah satu pilihan yang populer bagi pengguna untuk memesan makanan mereka. Dalam aplikasi ini, pengguna dapat memilih dan memesan makanan dari berbagai restoran tanpa perlu keluar rumah atau kantor. Waktu yang biasanya mereka gunakan untuk mendapatkan makanan tidak terbuang percuma di jalan maupun saat menunggu makanan di restoran.

Layanan pesan antar makanan sebenarnya sudah menjadi bagian dari layanan restoran itu sendiri sejak lama. Namun, sebelum adanya aplikasi *food delivery online* yang banyak dikenal seperti saat ini, layanan *delivery service* yang disediakan restoran dilakukan dengan cara menelepon restoran tersebut (*on call*). Kekurangan layanan pesan antar *on call* dibandingkan dengan aplikasi penyedia layanan pesan antar adalah pengguna tidak bisa melihat atau memilih makanan yang ingin dipesan secara bebas karena terbatasnya pilihan yang ada, serta mahalnya tarif telepon yang harus dikeluarkan. Sehingga sudah tidak layak lagi digunakan pada saat ini.

Dalam beberapa tahun terakhir, aplikasi *food delivery* telah menjadi sangat populer di kalangan masyarakat. Hal ini terbukti dari adanya peningkatan jumlah pengguna dan pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan aplikasi *food delivery* tersebut. Menurut laporan dari *Allied Market Research*, industri aplikasi *food delivery* diperkirakan akan terus tumbuh sebesar 27,9% per tahun hingga tahun 2027. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti peningkatan penggunaan *smartphone*, pertumbuhan jumlah restoran, dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk.

*Food delivery apps* merupakan aplikasi yang kini sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Saat ini, tidak hanya penjual makanan dan pengantar/*driver* saja yang bergantung pada aplikasi ini, tetapi juga para pembeli atau konsumen yang semakin banyak memanfaatkan layanan ini. Aplikasi ini menawarkan pengalaman berbelanja makanan yang berbeda dari pengalaman berbelanja konvensional, bahkan ketika makanan yang dibeli sama. Dengan aplikasi ini, para pembeli tidak perlu repot-repot keluar rumah dan mengantre

hanya untuk membeli sebuah makanan, karena makanan bisa diantar langsung ke depan pintu rumah mereka. Selain memberikan kemudahan bagi para penggunanya, aplikasi ini juga memberikan berbagai pilihan makanan dari berbagai restoran atau penjual makanan. Para pengguna bisa memilih makanan sesuai dengan selera dan keinginan mereka tanpa perlu pergi ke tempat makan yang berbeda-beda. Bahkan,

Beberapa aplikasi *food delivery online* yang populer digunakan di Indonesia adalah ShopeeFood, Grafood, dan juga Gofood. Gofood, yang merupakan salah satu layanan Gojek yang sudah ada sejak tahun 2010, sekaligus menjadi layanan *food delivery online* berbasis aplikasi pertama yang populer di Indonesia. Meski pun pada awalnya pemesanan ini berbasis pada pesanan melalui telepon (*on-call*) yang kemudian berkembang menjadi aplikasi berbasis android pada tahun 2015. Kehadiran Gojek pun berdampak positif terhadap ekonomi sosial di Indonesia, berdasarkan data riset yang dilakukan oleh fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Indonesia pada tahun 2018 yang dilakukan di 9 kota di Indonesia. Gojek memberikan dampak setidaknya 44,2 triliun rupiah bagi ekonomi Indonesia pada tahun 2018.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji coba *Usability Testing* pada tiga aplikasi *food delivery online* yang populer di Indonesia, yaitu Gofood, ShopeeFood, dan GrabFood. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa mudah penggunaan ketiga aplikasi tersebut dalam segi pencarian dan pemesanan makanan, tampilan awal menu, pembayaran, hingga pengaplikasian *voucher* diskon atau promo, dan pengaruhnya terhadap minat pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan industri *food delivery online*. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara dengan pengguna yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan ketiga aplikasi tersebut. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengevaluasi kemudahan penggunaan ketiga aplikasi *food delivery online* tersebut.

Selain itu, peneliti juga mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut, Hal ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi *food delivery online*, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang lebih akurat dan efektif bagi para pengembang aplikasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah seperti di bawah ini:

- a. Bagaimana tingkat *usability* atau kemudahan penggunaan dari aplikasi *food delivery online* Gofood, Shopee Food, dan GrabFood?
- b. Apa pengaruh hasil *usability testing* dengan minat pengguna dalam aplikasi *food delivery*?

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Aplikasi yang diujikan adalah aplikasi Shopee, Grab dan Gojek dengan hanya mengujikan fitur pemesanan makanan dari masing masing aplikasi.
- b. Mengacu pada teori Bauer, 2010. Pada penelitian ini peneliti membandingkan fitur pemesanan makanan dari aspek:
  - i. Efektivitas
  - ii. Efisiensi
  - iii. Kemudahan dipelajari (*learnability*)
  - iv. Kemudahan diingat (*memorability*)
  - v. Kepuasan pengguna
  - vi. Frekuensi error atau bug
- c. Penelitian ini membandingkan hubungan antara kemudahan penggunaan (*usability*) terhadap minat pengguna.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan tampilan muka dari masing masing aplikasi yang diuji dari sisi efektifitas, efisiensitifitas, dan pengalaman penggunaan secara subjektif maupun objektif.
- b. Mengetahui hubungan antara usability aplikasi terhadap minat pengguna.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti
  - i. Sebagai sarana memenuhi nilai tugas akhir perkuliahan.
  - ii. Menjadikan peneliti lebih memahami penggunaan *usability testing*, terutama pada aplikasi *food delivery online* di Indonesia.

- b. Bagi masyarakat
  - i. Sebagai informasi tambahan dalam penggunaan aplikasi *food delivery* di Indonesia.
  - ii. Membantu masyarakat agar mengetahui kelebihan dan kekurangan dari aplikasi *food delivery* yang diuji.
  - iii. Dapat dijadikan ilmu tambahan agar masyarakat mengerti terhadap usability pada aplikasi *food delivery* yang diuji.
- c. Bagi perusahaan
  - i. Sebagai masukan terhadap perusahaan terkait agar dapat meningkatkan kualitas aplikasinya.
  - ii. Sebagai acuan terhadap aplikasi *food delivery* di Indonesia mengenai *usability test* dan pengaruhnya terhadap kepuasan masyarakat.
  - iii. Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat mengevaluasi.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dibuat berdasarkan kaidah penulisan ilmiah dengan sistematika seperti berikut:

### a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penulisan penelitian, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan pada laporan penelitian yang digunakan menjadi Tugas Akhir.

### b. BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini akan membahas landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari kumpulan teori atau konsep yang terkait dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Landasan teori dapat digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena atau peristiwa yang terjadi dalam penelitian.

### c. BAB III METODOLOGI

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan serta langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisa kebutuhan dari pemikiran penelitian, alur penelitian, objek dan lokasi penelitian, jenis data, pengumpulan data dan pengolahan data.

### d. BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran hasil dan analisis yang berkaitan dengan materi yang diuji dalam penelitian ini, serta menjelaskan bagaimana cara peneliti mengumpulkan dan mengolah data,

dan memberikan hasil perhitungan dari penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Bab ini juga mencakup penjelasan analisis yang dimulai dari pengolahan data pada bab sebelumnya, dan dilanjutkan dengan penjabaran hasil rekomendasi yang tepat.

**e. BAB V KESIMPULAN**

Bab ini berisikan kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan, serta rekomendasi dan saran berdasarkan hasil yang dicapai terhadap permasalahan yang diteliti.

**f. DAFTAR PUSTAKA**

**g. LAMPIRAN**

## 2 BAB II KAJIAN LITERATUR

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam pembuatan skripsi ini peneliti mengumpulkan informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan pertimbangan. Selain itu, peneliti juga mencari informasi dari buku-buku atau skripsi yang menggunakan teori serupa sebagai landasan teori, baik mengenai kelebihan maupun kekurangannya.

- a. Jurnal penelitian Arlita Christy Barus, Leo Siburian, Mahasiswa teknologi informasi dan ilmu komputer Institut teknologi del, Sumatra Utara tahun 2017 dengan judul “Studi Perbandingan Alat Pengujian Otomasi Untuk Aplikasi Android”. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap berbagai *tools* pengujian aplikasi *Android* guna mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dari setiap *tools* yang tersedia, seperti Seleniod, Calabash, dan UI *animator*. Pengujian dilakukan pada aplikasi bergerak berbasis Android dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang akurat dan kuantitatif. Sebelumnya, penelitian telah merekomendasikan UI *animator* sebagai *tools* pengujian aplikasi bergerak terbaik dalam hal kemudahan penggunaan dan pemasangan aplikasi dalam menjalankan kasus yang diuji. Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan pengujian lebih lanjut untuk memperkuat rekomendasi sebelumnya dan mendapatkan informasi lebih detail tentang performa dari masing-masing *tools* pengujian yang digunakan..
- b. Skripsi Aviv Yuniar Rahman, Mahasiswa Fakultas Teknik Informatika Universitas Widyagama, Malang pada tahun 2018 dengan judul “*User Experience Measurement On Go-Jek Mobile App in Malang*”. Penelitian ini membahas tentang *User-Experience* dari aplikasi Gojek dengan beberapa unsur penilaian dari segi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Data didapatkan dengan cara melakukan wawancara dan/atau *multiple choice/essay* kepada para pengguna aplikasi Go-Jek. Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan statistik kuantitatif. Dari hasil penelitian ditemukan juga bahwa peneliti sebelumnya menaruh point 1-5 (semakin tinggi semakin baik) dan peneliti sebelumnya menaruh harapan pada angka 3. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa setiap penilaian yang didapatkan, hasilnya selalu lebih tinggi dari angka 3.
- c. Skripsi Santi, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Internasional Batam, Tahun 2020 dengan judul “*Analisis User Experience Dan User Interface Aplikasi GOJEK Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode Usability*”. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai tingkat kepuasan pengguna

Gojek menggunakan *User Satisfaction*, *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction Quality*, penelitian menggunakan metode kuantitatif dan dilakukan dengan menyebarkan *link Google Form* di kota Batam dengan metode pengambilan data melalui kuesioner yang diambil dari 100 responden.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Lukmannul Khakim & Osa Omar Sharif, mahasiswa dari Fakultas Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom pada tahun 2018 berjudul "*Analisis User Experience Aplikasi Go-Jek Menggunakan Heart Metrics*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *User Experience (UX)* pada aplikasi GoJek dengan menggunakan *Heart Metrics*, yang terdiri dari variabel *Happiness*, *Adoption*, *Engagement*, *Retention*, dan *Task Success*. Metode *Heart Metrics* digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi secara emosional dan psikologis. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi penting dalam pengembangan aplikasi yang dapat meningkatkan UX dan kepuasan pengguna.
- e. Tugas akhir Nur Rochman Wibisono, Mahasiswa Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia tahun 2020, dengan judul "*Perbandingan Usabilitas E-Commerce dengan Metode Subjektif dan Objektif (Studi kasus: Tokopedia dan Bukalapak)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna usabilitas pada aplikasi *e-commerce*. Metode pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner online melalui *Google Form* serta wawancara tatap muka terhadap 10 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner *USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of use)* dan pengukuran performa, yang meliputi pengukuran waktu yang dibutuhkan oleh responden untuk menyelesaikan skenario yang telah diberikan.

Tabel 2. 1 Studi Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian dan kesimpulan
1	Arlita Christy Barus, Leo Siburian	Studi Perbandingan Alat Pengujian Otomasi Untuk Aplikasi <i>Android</i>	mengetahui perbandingan tools pengujian UI	1.Eksplorasi alat pengujian 2.Analisis 3.Perancangan dan analisis	UI <i>animator</i> sebagai <i>tools</i> /alat pengujian aplikasi mobile terbaik dalam hal kemudahan penggunaan dan pemasangan aplikasi dalam menjalankan kasus yang diuji
2	Aviv Yuniar Rahman	<i>User Experience Measurement On Go-Jek Mobile App in Malang</i>	mengetahui User Experience dari segi kepuasan pelayanan dan pelanggan dari aplikasi Go-Jek	1.melakukan survey 2. mengolah data survey 3.memaparkan hasil penelitian	Go-jek sebagai salah satu moda transportasi yang sangat dibutuhkan di kota Malang. Dengan hasil <i>user experience</i> yang cukup tinggi berdasarkan dari hasil penelitian tersebut
3	Santi	Analisis <i>User Experience</i> Dan <i>User Interface</i>	Penelitian dilakukan untuk mengetahui mengenai tingkat kepuasan pengguna	melakukan pengujian dengan cara melakukan	1. Aplikasi Gojek telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat di Kota Batam, terutama dalam
		Aplikasi GOJEK Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode <i>Usability</i>	Go-jek menggunakan <i>User Satisfaction, Usability, Information Quality</i> dan <i>Service Intercation Quality</i>	survey kepada pengguna gojek	mengatasi masalah transportasi yang semakin kompleks. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, aplikasi Gojek memberikan solusi yang lebih efisien dan praktis bagi para masyarakat Kota Batam yang ingin bepergian ke suatu tempat. 2.penelitian menunjukkan hasil yang signifikan antara <i>usability</i> dan <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
4	Muhamad Lukmanul Khakim & Osa Omar Sharif	Analisis <i>User Experience</i> Aplikasi GoJek Menggunakan <i>Heart Metrics</i> .	mengetahui tingkat <i>user experience</i> terhadap aplikasi Gojek.	Berfokus pada penggunaan metode <i>HEART METRICS</i> untuk penganalisis <i>User Experience</i> terhadap aplikasi Gojek.	Tingkat <i>HEART METRICS</i> aplikasi Gojek berada pada tingkatan yang baik.

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian dan kesimpulan
5	Nur Rochman Wibisono	Perbandingan Usabilitas <i>E-Commerce</i> dengan Metode Subjektif dan Objektif (Studi kasus: Tokopedia dan Bukalapak).	penelitian berfokus pada intuitif tampilan ( <i>UX</i> ) dari aplikasi <i>marketplace online</i> yang diteliti. Penelitian melakukan menggunakan data <i>USE questionnaire</i> dan <i>performance measurement</i> .	menguji <i>mobile apps</i> Tokopedia dan Bukalapak dengan subjeknya yaitu responden yang menggunakan Tokopedia dan Bukalapak pada smartphone mereka	1. Aplikasi Tokopedia lebih unggul dari sisi kemudahan pengguna, kebermanfaatan, dan kemudahan dalam mempelajarinya. 2. Tokopedia memberikan hasil yang lebih baik dari segi kepuasan

## 2.2 KERANGKA KONSEPSUAL

### 2.2.1 *Usability Testing*

Bauer (2010) menyatakan bahwa *usability testing* adalah metode evaluasi untuk mengukur kemudahan penggunaan suatu produk atau sistem oleh pengguna yang representatif.

Bauer (2010) juga mengemukakan bahwa *usability testing* terdiri dari beberapa tahap, yaitu perencanaan, pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan hasil. Tahap perencanaan meliputi penetapan tujuan, pemilihan metode dan partisipan, serta penyusunan skenario pengujian. Tahap pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati partisipan saat menggunakan produk atau sistem yang diuji, serta merekam tanggapan dan *feedback* dari partisipan. Tahap analisis data dilakukan dengan menganalisis data hasil pengujian, kemudian menentukan masalah dan kesulitan yang dihadapi oleh partisipan, dan menyusun rekomendasi perbaikan. Berdasarkan teori Bauer (2010) tersebut, dapat disimpulkan bahwa *usability testing* merupakan metode evaluasi yang penting dalam meningkatkan usabilitas produk atau sistem. Dalam melakukan *usability testing*, perlu dilakukan tahapan yang terstruktur dan terencana dengan baik, serta melibatkan partisipan yang representatif dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan target pengguna produk atau sistem yang diuji. Sejak mulai berkembangnya internet, para ahli dalam bidang uji usabilitas menekankan uji kegunaan dengan dua hal penting, yaitu:

a. *Ease of learning*

Mengukur ketergunaan dengan membandingkan waktu yang dibutuhkan untuk mempelajari

sistem komputer yang belum pernah dikenalnya. dengan waktu yang diperlukan untuk melakukan hal yang sama dengan cara yang lain.

b. *Ease of use*

Mengukur jumlah tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan, misalnya membandingkan jumlah tap layar pada dua desain yang berbeda. Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa usability sangat penting untuk kelangsungan dari sebuah aplikasi perangkat lunak. jika sebuah aplikasi perangkat lunak sulit digunakan oleh penggunanya, maka aplikasi tersebut perlahan akan ditinggalkan. Menurut Bauer (2010), uji usability sebuah aplikasi perangkat lunak merupakan kombinasi dari:

1. *Learnability* (kemudahan dipelajari)

Teori *learnability* dalam *usability testing* adalah kemampuan suatu produk atau aplikasi untuk mudah dipelajari oleh pengguna baru atau pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi. Konsep ini sangat penting dalam mengukur tingkat kemudahan dan efektivitas dari suatu produk atau aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Salah satu faktor penting dalam *learnability* adalah desain antarmuka pengguna yang intuitif dan mudah dipahami. Menurut Shneiderman dan Plaisant (2018), *learnability* dalam *usability testing* melibatkan, visibilitas atau kemampuan pengguna untuk dengan mudah menemukan fitur pada *user interface* aplikasi. Reversibilitas, Kemampuan pengguna untuk membatalkan aksi atau perintah yang sudah dijalankan. Pembelajaran melalui pengalaman.

2. *Efficiency* (efisiensi)

Teori *efficiency* dalam *usability testing* mengacu pada kemampuan pengguna untuk menyelesaikan tugas dengan cepat.

3. *Effectiveness* (efektif)

Teori *effectiveness* dalam *usability testing* mengacu pada sejauh mana pengguna dapat mencapai tujuan mereka dengan menggunakan produk atau sistem dengan tepat.

4. *Memorability* (kemudahan diingat)

*Memorability* dalam *usability testing* merujuk pada kemudahan mengingat cara menggunakan suatu produk atau layanan setelah beberapa waktu tidak menggunakannya. Hal ini berkaitan dalam memori jangka panjang. Semakin mudah pengguna mengingat cara menggunakan produk atau layanan setelah beberapa waktu, semakin baik *memorability*-nya (Sambasivan, M., & Fei, G. C. (2019)).

5. *Error frequency* (frekuensi kesalahan atau bug)

Teori *Error Frequency* dalam *usability testing* merujuk pada pengukuran jumlah dan

jenis kesalahan (*error*) yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan sebuah produk atau sistem. Error dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti kurangnya panduan atau instruksi yang jelas, kompleksitas sistem yang terlalu tinggi, atau kesalahan desain dari sisi *user interface*. Tujuan dari pengukuran *error frequency* adalah untuk mengidentifikasi masalah dalam desain dan penggunaan sistem agar dapat diperbaiki dan meningkatkan *user experience* serta efektivitas sistem (Harjumaa, L., & Svanberg, J. (2018))

6. *Satisfaction* (kepuasaan pengguna)

Teori *satisfaction* mengacu pada kepuasan pengguna terhadap pengalaman menggunakan suatu produk atau sistem. Konsep kepuasan pengguna menjadi penting dalam pengembangan produk atau sistem yang sukses karena pengguna yang puas cenderung menjadi pengguna yang setia dan cenderung merekomendasikan produk atau sistem tersebut kepada orang lain. Pada penelitian *usability testing*, kepuasan pengguna dapat diukur dengan menggunakan kuesioner kepuasan pengguna. Kuesioner ini dapat mencakup pertanyaan tentang kualitas produk, kemudahan penggunaan, keterampilan pengguna dalam menggunakan produk, dan sebagainya. Selain itu, kepuasan pengguna juga dapat diukur melalui observasi langsung dan wawancara pengguna (Rahardjo, D. W., & Kumara, A. (2019))

### **Fungsi *Usability Testing***

Tujuan dari *usability testing* adalah untuk menemukan masalah dan kesulitan yang dihadapi oleh pengguna dalam mengakses dan menggunakan produk atau sistem tersebut, sehingga dapat dilakukan perbaikan atau penyempurnaan untuk meningkatkan usability produk atau sistem tersebut. Rubin, J., & Chisnell, D. (2018). Tujuan dari *usability testing* adalah untuk menguji kemudahan pengguna, efektivitas, dan kepuasan pengguna dalam menggunakan sebuah produk atau aplikasi, sehingga dapat memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas dari produk atau aplikasi tersebut.

### **Skenario Pengujian *Usability Testing***

Skenario pengujian *usability testing* pada aplikasi *food delivery* dilakukan dengan mengumpulkan partisipan yang mewakili target pengguna, kemudian memberikan tugas-tugas tertentu untuk mengevaluasi kinerja aplikasi tersebut dari segi usability dan *user experience*. Tahap pertama dilakukan dengan mengamati partisipan saat menggunakan aplikasi untuk memesan makanan, dilanjutkan dengan wawancara untuk mendapatkan

*feedback* dan saran dari partisipan. Selanjutnya, dilakukan analisis data yang terkumpul untuk mengevaluasi tingkat usability aplikasi dan membuat perbaikan yang dibutuhkan. Metode pengujian *usability testing* ini didasarkan pada prinsip-prinsip desain interaksi manusia-komputer dan teori usability yang telah terbukti efektif dalam evaluasi usability aplikasi. Referensi modern yang dapat digunakan dalam pengujian usability testing ini adalah buku "Handbook of Usability Testing" oleh Jeffrey Rubin dan Dana Chisnell yang memberikan panduan lengkap tentang metode pengujian usability testing yang efektif dan terbaru. Sangwon, L., & Sunyoung, P. (2021)

### **2.2.2 Moderated dan Unmoderated Usability Testing**

#### ***Moderated Testing***

*Moderated Testing* adalah uji coba yang diberikan baik secara *remote*/jarak jauh atau secara langsung dan diawasi oleh penguji. Penguji akan menjelaskan skenario singkat mengenai pengujian, menjawab pertanyaan yang mungkin akan diajukan, dan memberi beberapa pertanyaan atas *feedback* dari pengguna yang sedang menguji. Pengujian dengan cara seperti ini bisa memberikan hasil yang spesifik dengan lebih mendalam, tapi memerlukan biaya yang cukup mahal. Dalam prosesnya, harus disediakan penguji yang sudah berpengalaman dalam bidangnya, tempat untuk melakukan pengujian dan *royalti* kepada para peserta ujian

#### ***Unmoderated Testing***

*Unmoderated Testing* adalah pengujian tanpa dilakukannya pengawasan oleh penguji dan dilakukan secara mandiri oleh peserta tanpa diberitahukan mengenai skenario pengujian terlebih dahulu. Metode ini bisa dilakukan dengan menggunakan *hardware/device* pribadi milik peserta dan tanpa perlu penyewaan tempat untuk melakukan tes, tetapi hasil yang didapatkan tidak sebaik *moderated testing*, karena hasil yang didapatkan terkesan umum dan tidak mendalam.

### **2.2.3 Remote dan In-Person Testing**

#### ***Remote Testing***

*Remote Testing* sendiri berarti adalah testing yang dilakukan dari jarak jauh, umumnya digunakan dengan memanfaatkan media telepon atau internet. Metode ini bisa dapat digunakan bila ingin mendapatkan sample hasil yang lebih baik secara kuantitatif. pengujian dilakukan secara virtual dan peserta uji dapat berada di lokasi yang berbeda-beda. Peserta uji

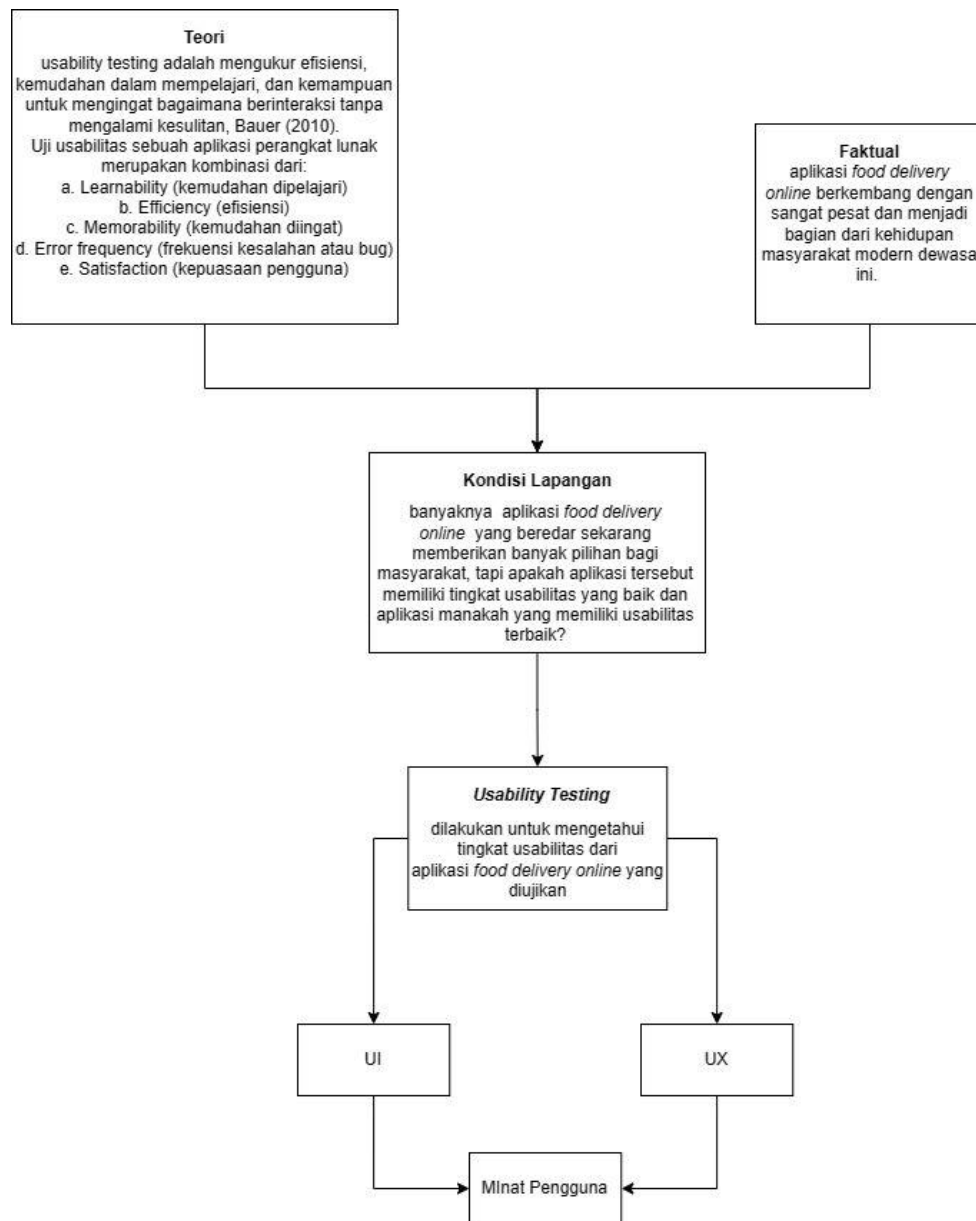
akan diminta untuk mengakses aplikasi atau website yang akan diuji melalui perangkat mereka sendiri dan melakukan tugas-tugas yang telah ditentukan. *Remote testing* juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan alat seperti webcam dan layanan telepon video untuk mengamati interaksi pengguna dengan aplikasi atau website.

### ***In-Person Testing***

*In-Person Testing* adalah metode pengujian usability yang mengharuskan partisipan dan penguji berada di lokasi yang sama, di mana partisipan akan diobservasi secara langsung saat menggunakan produk. Dalam metode ini, pengujian dilakukan dengan melakukan interaksi tatap muka antara partisipan dan pengujinya sehingga hasil sample yang didapatkan akan lebih akurat dan terukur secara kualitatif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gupta et al. (2018), *In-Person Testing* lebih efektif dalam mengukur pengalaman pengguna yang lebih kaya dan mendalam, dibandingkan dengan metode pengujian jarak jauh.

## **2.3 KERANGKA PEMIKIRAN**

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana sebuah teori dapat berkaitan dengan beberapa faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini terdiri dari tiga faktor, yaitu hasil pengetesan *usability testing* dari sisi *UI* ( $y1$ ), hasil pengetesan *usability testing* dari sisi *UX* ( $y2$ ), dan minat pengguna ( $x1$ ).



Gambar 2. 1 Hipotesis

## 2.4 Hipotesis

Mengacu pada kerangka pemikiran, peneliti memiliki hipotesis sebagai berikut:

h1: Hasil Pengujian *usability testing* dari sisi *UI* berpengaruh positif terhadap minat pengguna

h2: Hasil Pengujian *usability testing* dari sisi *UX* berpengaruh positif terhadap minat pengguna

x1: Minat pengguna terhadap aplikasi *food delivery*

## 3 BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Objek Penelitian

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah *mobile apps* Gojek, Grab dan Shopee pada fitur pembelian makanan dari masing masing aplikasi.

### 3.2 Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah responden yang menggunakan fitur ShopeeFood, GoFood, dan Grabfood pada *smartphone*.

#### 3.2.1 Subjek Kuesioner

Minimal 30 responden hal ini sesuai dengan pendapat Sapnas dan Zeller (2002) bahwa ukuran sampel 30 cukup untuk mengevaluasi sifat *psikometrik* pada ukuran konstruk sosial, dengan kriteria:

- a. Pernah menggunakan fitur Go-Food minimal 1 kali dalam 1 bulan terakhir.
- b. Pernah menggunakan fitur ShopeeFood minimal 1 kali dalam 1 bulan terakhir.
- c. Pernah menggunakan fitur GrabFood minimal 1 kali dalam 1 bulan terakhir.

### 3.3 Jenis Data

#### 3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian tanpa melalui perantara. Pengumpulan data primer yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

#### **Pengujian menggunakan *tools***

Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan *tools* berbasis web yaitu Maze, dan masing masing aplikasi akan diuji kan menggunakan *emulator* berbasis *android*, hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil *point* dari masing masing fitur dan kemudian dapat untuk membandingkannya.

#### **Observasi**

Pengumpulan data dengan cara observasi ini dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Pada penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data berupa waktu prosedur yang dibutuhkan oleh pengguna dalam mencari makanan, memesan makanan, pengaplikasian

*voucher* dan pembayaran pada fitur Shopeefood, Grabfood dan Gofood dan seberapa mudah penggunaannya.

## **Wawancara**

Wawancara akan dilakukan kepada responden yang berkaitan dengan objek penelitian. Pada penelitian ini, pertanyaan yang diajukan berhubungan dengan waktu yang dibutuhkan oleh pengguna dalam mencari makanan, memesan makanan, pengaplikasian *voucher* dan pembayaran pada fitur Shopeefood, Grabfood dan Gofood dan seberapa mudah penggunaannya.

### **3.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui kajian kajian literatur meliputi jurnal, artikel dan buku yang terkait dengan penelitian yang sedang disusun. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dan berguna sebagai data pendukung untuk sebuah penelitian.

## **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah tahapan yang dilakukan untuk mendapatkan data yang relevan. pengumpulan data dilakukan dengan survei. Survei dilakukan dengan mengajukan kuesioner dan melakukan wawancara terhadap responden dengan kriteria tertentu.

## **3.5 Peralatan Penelitian**

Beberapa peralatan yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah:

### **Laptop**

digunakan untuk menjalankan mengolah *prototype/UI* aplikasi yang ingin diujikan yang kemudian di-*upload* pada *tools* yang digunakan

### **Alat tulis**

Alat tulis yang digunakan yaitu buku tulis, pulpen, dan *sticky notes* untuk mencatat hasil wawancara dengan responden atau narasumber.

### **Kuesioner**

Digunakan untuk memperoleh data dengan menggunakan dengan jumlah minimal 30 responden.

### ***Maze***

digunakan sebagai tools pengujian *usability testing*. Berikut ini adalah cara menggunakan Maze:

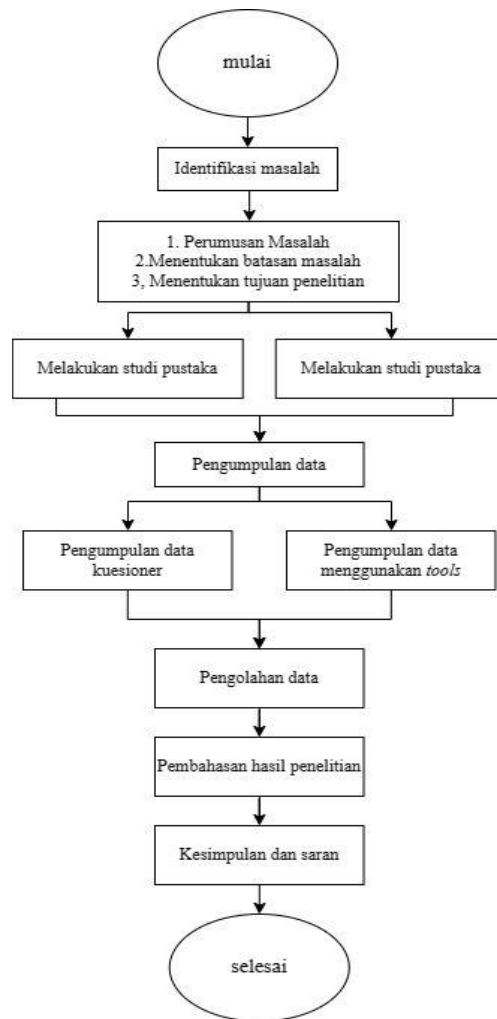
1. Buat proyek baru: Setelah membuat akun dan masuk ke Maze, buat proyek baru dengan mengklik "*New Project*"
2. Tambahkan halaman dan *flow*: Tambahkan halaman atau *flow* yang akan diuji dengan mengklik "*New Flow*". Maze memungkinkan pengguna untuk membuat *flow* dengan menambahkan tautan di antara halaman.
3. Tambahkan *task*: Buat *task* yang ingin diuji pada setiap halaman. *Task* harus berisi instruksi yang jelas dan spesifik untuk pengguna, misalnya "Pesan makanan menggunakan voucher diskon".
4. Bagikan link Maze ke responden untuk memulai *testing*. Responden akan diminta untuk menjalankan *task* pada setiap halaman yang telah ditentukan. Maze akan merekam setiap klik dan gerakan yang dilakukan oleh responden.
5. *Testing* selesai,

### ***Google Workspace***

Google Workspace yang digunakan yaitu, drive, spreadsheet, docs. drive digunakan untuk menyimpan data selama penelitian berlangsung, spreadsheet digunakan untuk menghitung hasil perhitungan dari hasil pengambilan data, dan docs digunakan untuk menulis penelitian.

### **3.6 Alur Penelitian**

Penelitian ini dilakukan menggunakan beberapa tahapan. adapun tahapan penelitian akan dilakukan pada gambar,



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

### 3.6.1 Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan salah satu metode penting dalam penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat tentang kondisi yang ada di lokasi penelitian. Studi lapangan dilakukan dengan cara mengamati langsung lingkungan dan objek yang akan diteliti serta melakukan interaksi dengan masyarakat atau responden di lokasi penelitian

### 3.6.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan salah satu metode yang penting dalam penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dan terkini tentang topik penelitian yang akan dilakukan. Studi literatur dilakukan dengan mencari, membaca, dan menganalisis literatur yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang dipelajari. Tujuan dari studi literatur adalah untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin akan terjadi selama penelitian,

serta mencari solusi atau penyelesaian yang bisa diaplikasikan untuk mengatasi masalah tersebut.

### **3.6.3 Identifikasi Masalah**

Setelah dilakukan studi lapangan dan studi literatur, identifikasi masalah menjadi langkah selanjutnya yang harus dilakukan dalam proses penelitian. Identifikasi masalah dilakukan untuk menemukan dan mengidentifikasi masalah atau hambatan yang mungkin akan muncul selama pelaksanaan penelitian

### **3.6.4 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah menjadi langkah selanjutnya setelah peneliti melakukan identifikasi masalah. Perumusan masalah dilakukan untuk memfokuskan penelitian pada masalah tertentu yang ingin dipecahkan atau diteliti. Dalam proses perumusan masalah, peneliti akan menggunakan hasil identifikasi masalah sebagai bahan untuk menentukan masalah yang akan diteliti secara lebih terarah.

### **3.6.5 Pengumpulan Data Demografi, Data Awalan dan Data Menggunakan *tools***

Pengumpulan data demografi dan data awal dilakukan dengan cara membuat kuesioner online melalui Google Form yang disebarakan kepada responden dengan minimal jumlah responden minimal 30 orang. Kuesioner tersebut akan berisi pertanyaan terkait dengan demografi responden, serta pertanyaan awalan terkait dengan penggunaan aplikasi *food delivery online* yang digunakan oleh responden.

Selain itu, untuk mengumpulkan data mengenai *usability testing*, peneliti akan menggunakan *web-based Maze*. Maze merupakan tools untuk *usability testing* yang dapat digunakan secara online. Dalam penggunaannya, peneliti akan menguji usability pada aplikasi *food delivery online* dengan melibatkan 5 orang responden yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi *food delivery online*. Dalam proses pengumpulan data menggunakan Maze, peneliti akan memberikan tugas pada responden untuk menyelesaikan beberapa tugas yang disediakan pada aplikasi *food delivery online*. Selanjutnya, peneliti akan merekam setiap aktivitas dan interaksi yang dilakukan oleh responden pada aplikasi menggunakan Maze. Hasil dari pengumpulan data ini akan digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan dari aplikasi *food delivery online* yang diuji, sehingga dapat memberikan masukan dalam pengembangan dan perbaikan aplikasi tersebut.

### 3.6.6 Analisis

Pada bagian analisis, peneliti akan melakukan pengolahan data yang telah dikumpulkan baik dari responden maupun dari hasil penggunaan *tools usability testing*. Dalam hal ini, peneliti akan membahas hasil analisis untuk menemukan aplikasi mana yang memiliki usability lebih baik dibanding kedua aplikasi lainnya yang dibandingkan, peneliti akan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari setiap aplikasi dan membandingkan antara ketiganya baik dari sisi *UI (User Interface)* maupun *UX (User Experience)* lalu menghubungkannya dengan minat pengguna, sehingga dapat diketahui apakah pengguna akan cenderung menggunakan aplikasi yang bergerak di bidang yang sama dengan usability yang lebih baik atau ada factor lain yang memengaruhi pengguna dalam memilih aplikasinya, dalam konteks ini *aplikasi food delivery online*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif, Adapun untuk metode kuantitatif adalah terhadap pengumpulan data yang dilakukan, baik dengan kuesioner melalui Google Form maupun pengujian menggunakan Maze, hal ini dilakukan agar peneliti bisa menarik kesimpulan apakah pengguna akan cenderung menggunakan aplikasi dengan usability yang lebih baik berdasarkan data yang sudah dikumpulkan.

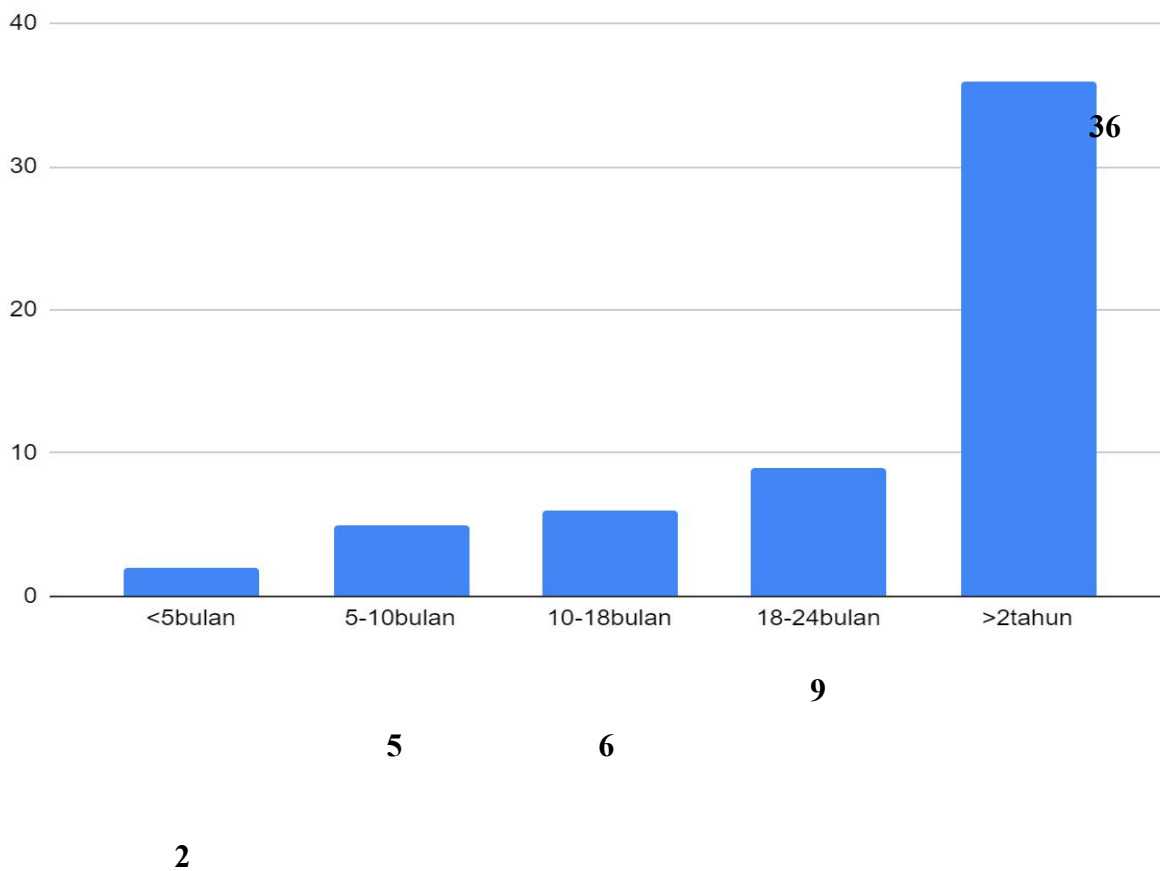
### 3.6.7 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran berisi tentang penjelasan singkat dari bab-bab sebelumnya yang bisa menjawab rumusan masalah yang menjadi bahasan utama pada penelitian ini dan juga mengenai bahasan potensi untuk penelitian berikutnya.

## 4 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Pengumpulan Data Demografi

Pengumpulan data awal yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat kuesioner online berupa *google form* dengan 58 responden.



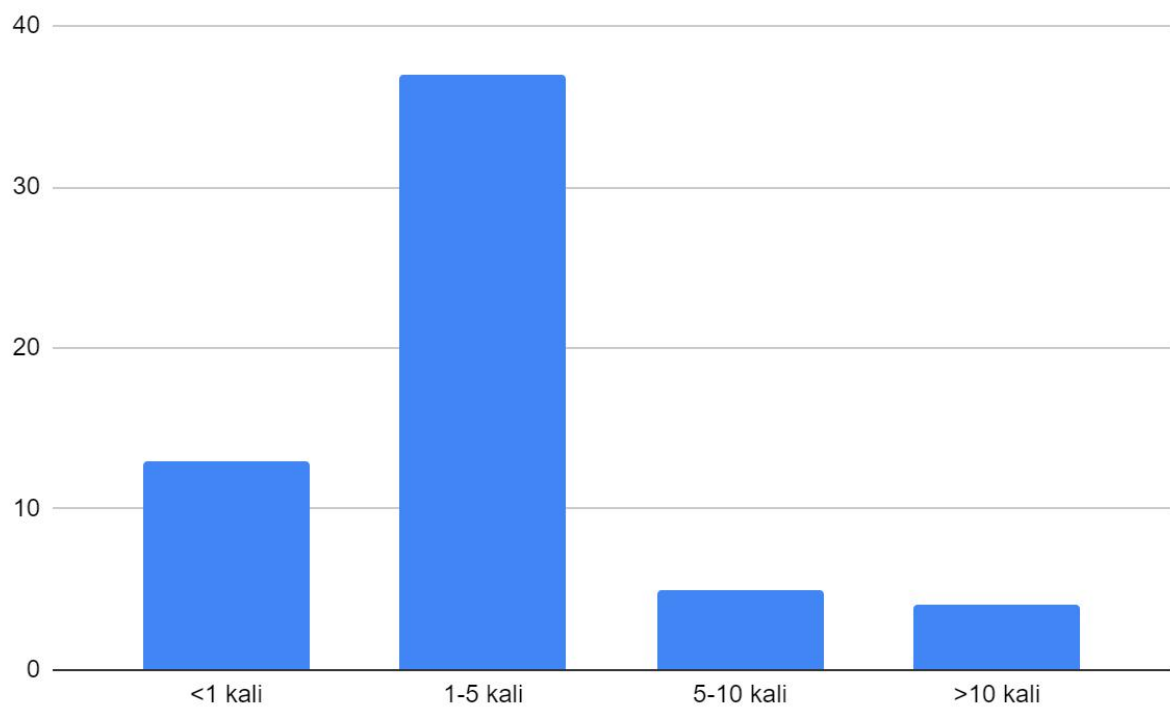
Gambar 4. 1 Lama Penggunaan Aplikasi

Tabel 4. 1 Lama Penggunaan Aplikasi

<5bulan	3.4%
---------	------

5-10bulan	8.6%
10-18bulan	10.3%
18-24bulan	15.5%
>2tahun	62%

Setelah melihat tabel 4.1 dan Gambar 4.1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang sudah mengisi kuesioner sudah terbiasa dengan aplikasi *food delivery*. Bisa dilihat dengan jumlah responden yang sudah menggunakan aplikasi ini selama lebih dari 2 tahun, berjumlah 36 orang. Sedangkan hanya 2 orang saja yang menggunakan aplikasi *food delivery online* kurang dari 5 bulan.



Gambar 4. 2 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Food Delivery

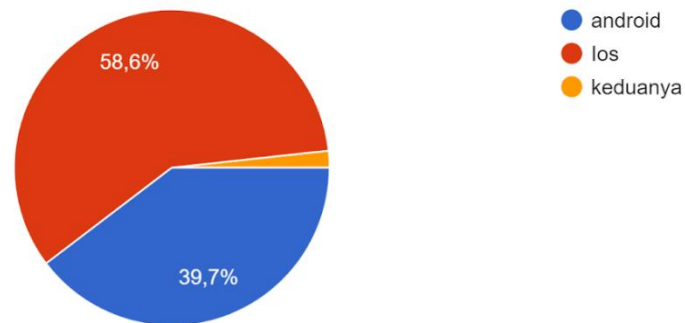
Tabel 4. 2 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Food Delivery

<1 kali	22.4%
1-5 kali	63.8%
5-10 kali	6.9%
>10 kali	6.9%

Pada gambar dan table 4. 1 dan 4. 2 peneliti ingin mengetahui apakah responden sudah cukup familiar dengan aplikasi yang diujikan pada penelitian ini. Berdasarkan dari hasilnya dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang telah mengisi kuesioner menggunakan aplikasi *food delivery online* dengan frekuensi yang cukup sering.

Os HP yang digunakan

58 jawaban



Gambar 4. 3 Os yang digunakan responden

Tabel 4.3 Ram yang Digunakan oleh Responden Dengan Os Android

Ukuran Ram	Jumlah
4Gb	14 Orang
6Gb	3 Orang
8Gb	6 Orang

Tabel 4.4 Jenis iPhone yang Digunakan oleh Responden Dengan Os Ios

Seri iPhone	Jumlah
-------------	--------

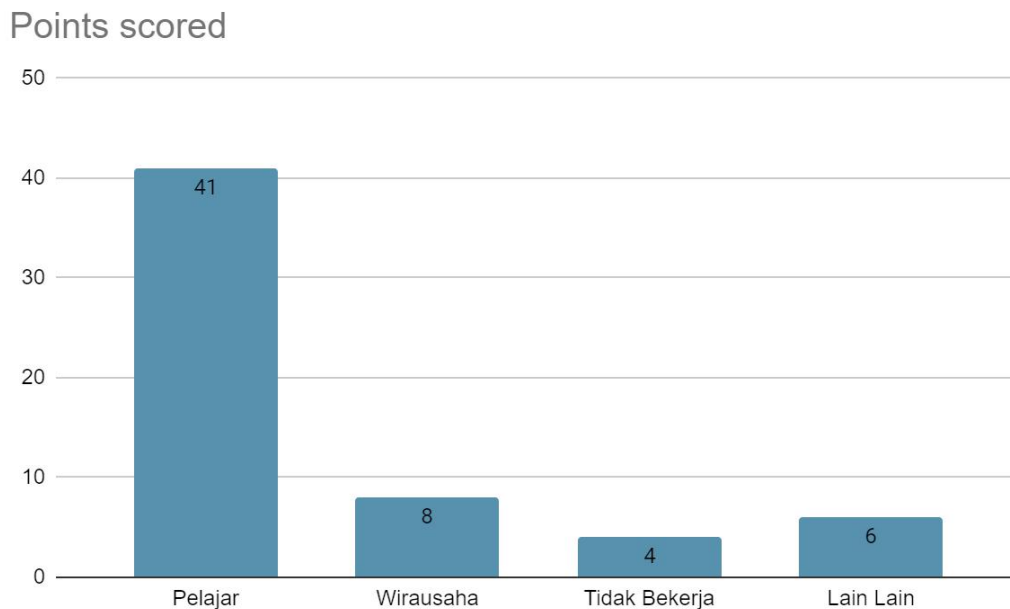
iPhone 7series	3 Orang
iPhone Xseries	7 Orang
iPhone 11series	15 Orang
iPhone 12 Series	9 Orang

Pada pertanyaan demografi untuk gambar 4. 3, tabel 4.3, dan tabel 4. 4, peneliti akan mengkategorikan jenis *smartphone* yang digunakan oleh responden, karena dalam beberapa kasus dan penilaian jenis gawai yang digunakan berpengaruh pada hasil uji. Dari tabel 4.3 dan tabel 4.4 untuk masing masing Os (*Operating System*) dibagi menjadi 2 kategori. Untuk Android, *smartphone* dengan Ram 4Gb-6Gb dikategorikan sebagai kelas menengah, dan untuk *smartphone* dengan Ram 8gb dan lebih dikategorikan sebagai *smartphone* menengah ke atas, penilaian ini berdasarkan referensi untuk spesifikasi pada saat penelitian ini dilaksanakan, yaitu pada tahun 2022-2023, berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh GSMARENA dan The Verge, Situs web dan berita yang mencakup berbagai topik mengenai alat elektronik. Untuk iPhone pengkategorian berdasarkan pada lamanya *smartphone*, yang pertama iPhone yang sudah beredar selama 5 tahun dan yang belum berusia 5 tahun, terhitung dari penelitian ini dilakukan (2022-2023), ini berdasarkan pada *update* atau pembaharuan OS yang diberikan oleh Apple, selaku perusahaan yang memproduksi iPhone, seperti pada kebijakan resmi Apple yang mengatakan bahwa *smartphone* mereka akan mendapatkan *update* Os berkala selama 5 tahun terhitung dari tanggal perilisan.

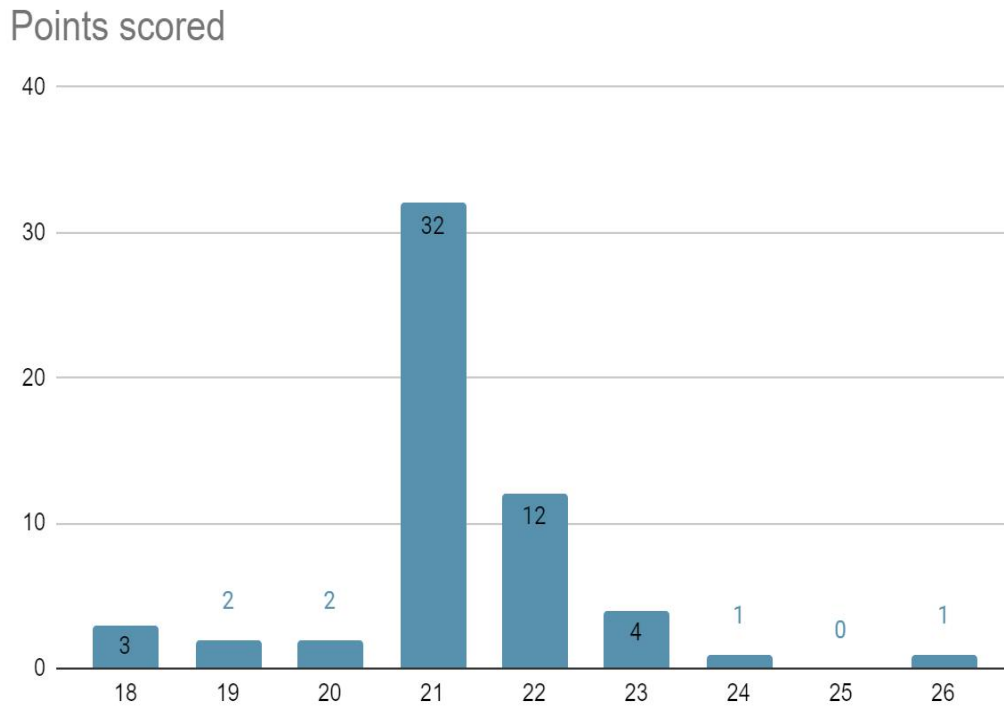
Dari total 17 responden yang menggunakan *smartphone* kelas menengah dengan ram 4Gb - 6Gb dan 10 orang yang menggunakan iPhone yang berumur lebih dari 5 tahun, 16 diantaranya menggunakan shopeefood sebagai aplikasi yang paling sering digunakan, kemudian dari 16 responden tersebut, 6 diantaranya mengaku cukup sering menemui *bug* atau *error* pada aplikasinya, dari skala 1-5 pada pertanyaan “Pada aplikasi yang paling sering saya gunakan, saya sering menemukan *error* atau *bug* dalam aplikasi tersebut?” 6 responden tersebut mengisikan angka 4 bahkan 2 diantaranya memilih angka 5 pada pertanyaan yang sama. Sedangkan dari 3 orang yang menggunakan *smartphone* dengan 8gb yang memilih aplikasi shopeefood sebagai aplikasi yang sering paling digunakan, hanya 1 orang saja mengisikan nilai 4 pada pertanyaan yang sama. ini menunjukan bahwa aplikasi shopeefood bisa saja bekerja pada aplikasi kelas menengah maupun menengah ke bawah, tetapi akan ada beberapa *bug* yang mungkin sering muncul pada penggunaan.

Dari 19 orang yang paling sering menggunakan Gofood sebagai aplikasi *food delivery* app yang mereka gunakan, 8 diantaranya menggunakan *smartphone* kelas menengah dengan ram 4gb -6gb dan 4 diantaranya menggunakan iPhone yang berumur lebih dari 5 tahun. hanya 2 responden saja yang mengisi nilai 4 pada skala *error* atau *bug* dan hanya 1 saja mengisi angka 5 pada pertanyaan berikut.

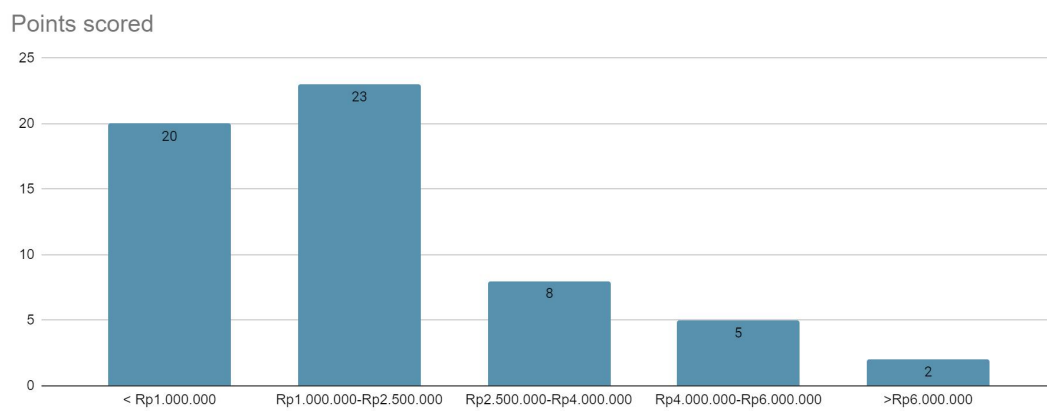
Pada 6 responden yang memilih Grabfood sebagai aplikasi yang paling sering mereka gunakan 2 diantaranya mengisi nilai 4 dan 2 diantaranya mengisi nilai 5. Pertanyaan “Pada aplikasi yang paling sering saya gunakan, saya sering menemukan *error* atau *bug* dalam aplikasi tersebut?” sendiri mengacu pada aspek *usability testing* yaitu *error frequency*.



Gambar 4. 4 Pekerjaan



Gambar 4. 5 Umur



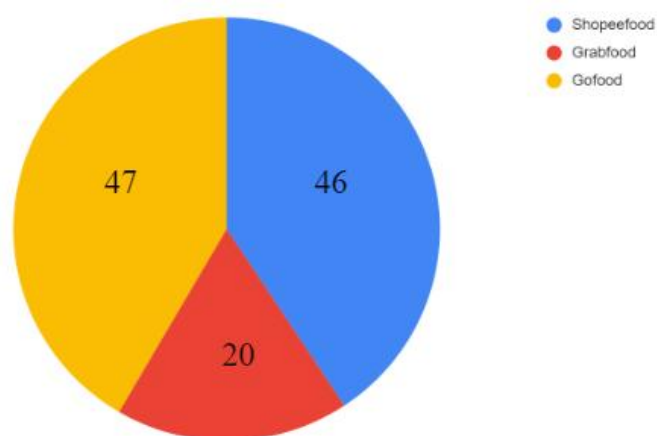
Gambar 4.6 Pendapatan Perbulan

Tabel 4.5 Alasan Menggunakan Aplikasi

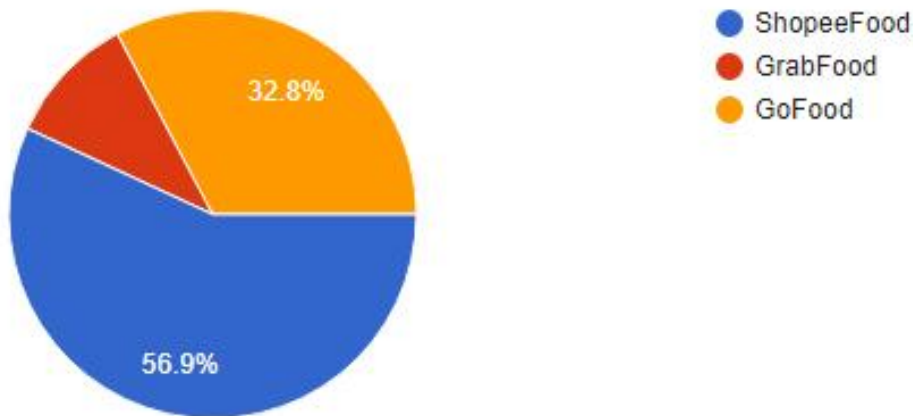
Alasan Menggunakan Aplikasi	Jumlah
Promo yang Ditawarkan	19 Orang
Tampilan yang ramah pengguna	13 Orang
Pembayaran yang mudah	4 Orang
Lain lain	5 Orang

Kemudian pada gambar 4. 4 hingga gambar 4. 6, penguji ingin mengetahui apakah pekerjaan, umur dan pendapatan perbulan berpengaruh pada alasan responden untuk memilih sebuah aplikasi *food delivery online*, kemudian pada table 4. 5 penguji juga menanyakan alasan responden memilih aplikasi *food delivery online* yang paling sering mereka gunakan agar mengetahui apakah ada faktor lain selain usability dari aplikasi yang diujikan sebagai alasan mereka memilih aplikasi tersebut. Sebagian besar responden merupakan pelajar dengan mayoritas umur 21 dan 22 tahun dengan pendapatan di bawah 1 juta hingga 2.5 juta rupiah perbulannya. dari 20 orang berpenghasilan dibawah 1.000.000, 13 diantaranya memilih aplikasi shopeefood sebagai aplikasi *food delivery online* yang paling sering mereka gunakan, dan dari 23 orang yang berpenghasilan Rp1.000.000 - Rp2.500.000, 14 orang diantara juga menggunakan aplikasi shopeefood sebagai aplikasi food delivery online yang paling sering mereka gunakan, dari total 27 orang berpenghasilan di bawah 1.000.000 rupiah hingga 2.500.000 rupiah tersebut 17 orang diantaranya adalah pelajar/mahasiswa. ini berarti mayoritas alasan mereka memilih shopeefood adalah karena alasan diskon, alasan ini diperkuat saat penguji menanyakan alasan responden memilih aplikasi, dari 17 responden tersebut semuanya menyatakan karena alasan diskon yang ditawarkan

## 4.2 Pengumpulan Data Awalan



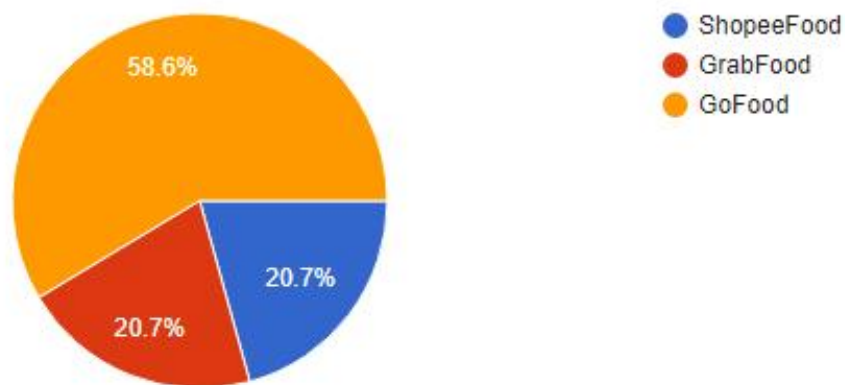
Gambar 4. 7 Aplikasi Yang Digunakan



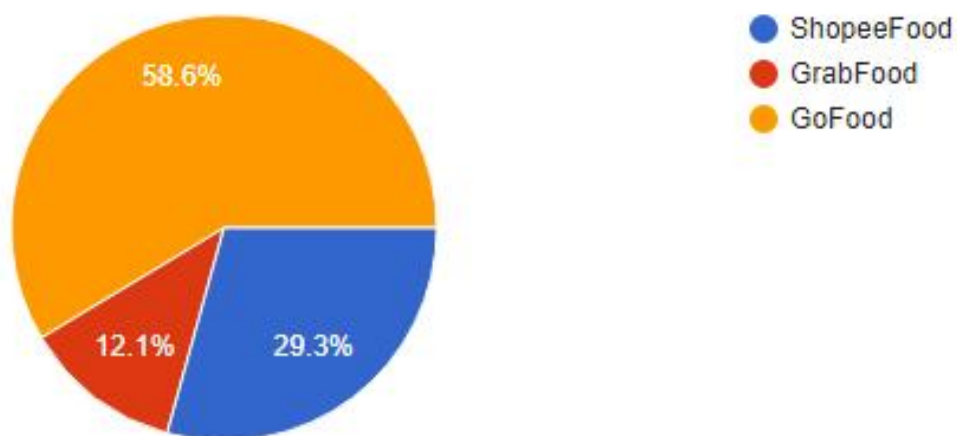
Gambar 4. 8 Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan

Pada gambar 4. 7 dan gambar 4. 8 penguji ingin mengetahui aplikasi apa saja yang pernah atau sudah responden gunakan selama satu bulan terakhir dan dari aplikasi tersebut, aplikasi manakah yang paling sering mereka gunakan untuk melakukan pemesanan dan pembelian makanan melalui aplikasi *food delivery online*. Dari gambar 4. 7 dan gambar 4. 8, disimpulkan bahwa aplikasi Gofood adalah aplikasi *food delivery* yang paling banyak digunakan oleh responden, dengan jumlah pengguna mencapai 47 orang dari total 58 responden yang telah mengisi kuesioner. Sementara itu, Shopeefood menempati posisi kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 46 orang, dan terakhir adalah Grabfood dengan hanya 20 orang pengguna.

Meski pun Gofood menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh responden, namun dari hasil analisis pada Gambar 4.8, Shopeefood menjadi aplikasi *food delivery* yang paling sering digunakan oleh para responden dengan persentase sebesar 56,9%. Persentase ini merupakan selisih yang cukup jauh dibandingkan dengan Gofood yang hanya mencapai 32,8%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengguna Gofood lebih banyak, namun Shopeefood lebih sering digunakan oleh para responden.



Gambar 4. 9 Memiliki Perpaduan Warna (*Collour Pallate*) Paling Nyaman

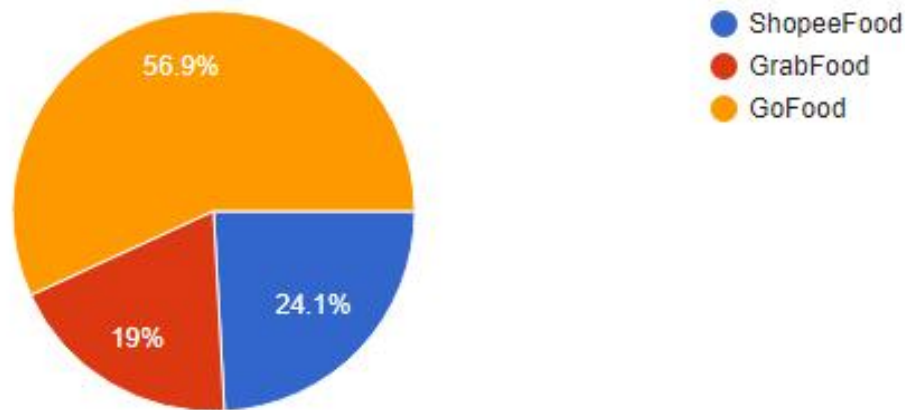


Gambar 4. 10 Tampilan aplikasi yang paling nyaman digunakan

Untuk gambar 4. 8 hingga 4. 10 peneliti menanyai responden perihal UI dari aplikasi yang diujikan pada penelitian ini, karena hal tersebut berkaitan dengan kenyamanan pengguna dan berpengaruh pada hampir keseluruhan penelitian ini. Nielsen, J. (2021), kenyamanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap hasil *usability testing*, ketika pengguna merasa nyaman saat menggunakan suatu produk atau layanan, mereka cenderung memiliki pengalaman yang lebih baik dan lebih lancar. Dalam Gambar 4. 9 dan 4. 10, terdapat perbandingan aplikasi *food delivery online* berdasarkan perpaduan warna dan

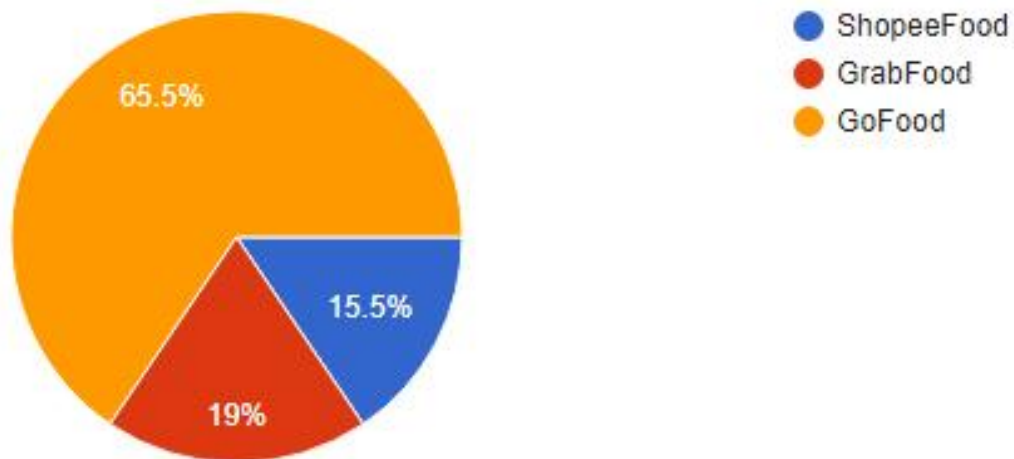
tampilan aplikasi yang dianggap paling nyaman digunakan oleh pengguna. Untuk melakukan perbandingan tersebut, sebuah kuesioner telah dilakukan pada 58 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa Gofood berhasil memperoleh suara terbanyak yaitu 58,6% untuk kedua kriteria tersebut. Sedangkan untuk Shopeefood dan Grabfood, keduanya memperoleh nilai yang sama untuk perpaduan warna, yaitu 20,7%. Namun, Shopeefood berhasil memperoleh nilai lebih tinggi, yaitu 29,3%, untuk tampilan aplikasi yang paling nyaman digunakan menurut pengguna. Sedangkan Grabfood hanya memperoleh nilai 12,1% untuk kriteria yang sama.

Gambar 4. 9 menunjukkan bahwa Gofood berhasil memperoleh nilai yang cukup tinggi yaitu 58,6%, sedangkan Grabfood hanya memperoleh nilai 20,7%. Hal ini cukup mengejutkan mengingat keduanya menggunakan perpaduan warna yang sama yaitu hijau dan putih. Namun, Gojek berhasil memperoleh nilai yang lebih tinggi, yaitu 37,9%. Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan hal ini adalah perpaduan warna hijau dan putih yang digunakan oleh Gojek lebih kontras dibandingkan dengan Grabfood sehingga lebih nyaman digunakan oleh pengguna. Sementara itu, Shopeefood menggunakan palet warna yang terdiri dari perpaduan warna jingga dan putih. Meskipun Shopeefood berhasil memperoleh nilai yang tinggi yaitu 29,3% untuk tampilan aplikasi yang paling nyaman digunakan menurut pengguna, perpaduan warna jingga dan putih yang terlalu kontras dan cerah dapat menyebabkan pengguna merasa cepat lelah saat menggunakan aplikasi tersebut. Penggunaan kombinasi warna yang terlalu tinggi dapat menyebabkan kelelahan mata dan mengurangi kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, perpaduan warna rendah-tinggi dapat menghasilkan kontras warna yang lebih seimbang dan tidak menyebabkan kelelahan mata, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Armoniene, L., Montvydiene, D., & Gudauskas, R. (2014) yang menunjukkan bahwa perpaduan warna rendah-tinggi menghasilkan kontras warna yang lebih seimbang dan dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi.



Gambar 4. 11 Memiliki Icon Paling Menarik

Gambar 4.11 menunjukkan hasil perbandingan aplikasi *food delivery online* dari segi *icon* yang dianggap paling menarik oleh pengguna. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 58 responden, ditemukan bahwa Gofood berhasil memperoleh nilai tertinggi sebesar 56.9%. Hal ini menunjukkan bahwa icon yang digunakan oleh Gofood dianggap paling menarik dan berhasil memikat hati para pengguna aplikasi *food delivery online*. Selanjutnya, Shopeefood berhasil memperoleh nilai sebesar 24.1%, yang menunjukkan bahwa icon yang digunakan oleh aplikasi ini juga cukup menarik bagi sebagian besar pengguna. Namun, nilai ini masih kalah jauh dibandingkan dengan nilai yang diperoleh oleh Gofood. Sementara itu, Grabfood hanya berhasil memperoleh nilai sebesar 19%. Hal ini menunjukkan bahwa *icon* yang digunakan oleh aplikasi ini kurang menarik bagi para pengguna aplikasi *food delivery online*. Secara keseluruhan, hasil perbandingan ini menunjukkan bahwa *icon* yang digunakan oleh sebuah aplikasi dapat memengaruhi seberapa menarik aplikasi tersebut bagi pengguna. Oleh karena itu, perusahaan yang mengembangkan aplikasi harus memperhatikan aspek-aspek desain grafis, seperti pemilihan warna, font, dan icon, dalam upaya meningkatkan daya tarik dan kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi tersebut.



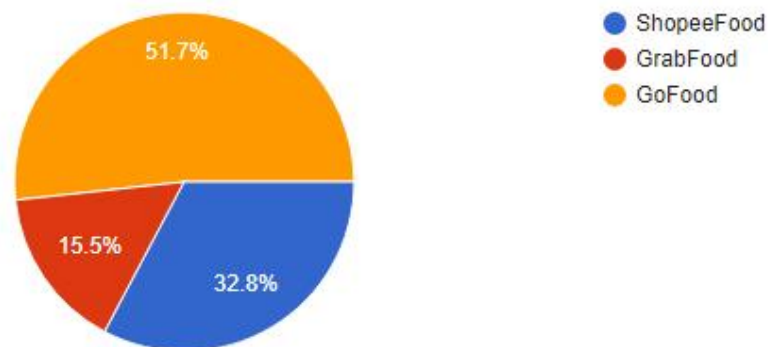
Gambar 4. 12 Memiliki Tampilan Halaman Utama Paling Rapih

Pada gambar 4. 12 pertanyaan yang peneliti berikan kepada responden berdasarkan dari salah satu aspek *usability testing* yaitu efektifitas, berdasarkan bagaimana aplikasi tersebut dapat memanfaatkan tata letak dari *icon*, *banner*, dan tombol yang dimiliki aplikasinya sehingga apa yang dibutuhkan oleh penggunaanya bisa diraih dengan mudah tanpa harus men-klik terlalu banyak untuk melakukan sebuah *task* tertentu, tetapi disaat yang bersamaan aplikasi masih bisa untuk memajangkan promo yang dimilikinya dan ditata dengan baik pada halaman muka. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Gambar 4.8 hingga 4.12, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Gofood memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan dengan Shopeefood dan Grabfood. Dari segi perpaduan warna, tampilan, *icon*, dan tampilan utama, Gofood selalu mendapatkan penilaian tertinggi dari mayoritas responden. Hal ini menunjukkan bahwa Gofood telah berhasil membangun aplikasi yang tidak hanya fungsional tetapi juga menarik dan nyaman untuk digunakan. Pada Gambar 4.8, Gofood mendapatkan nilai tertinggi sebesar 65.5% untuk tampilan halaman utama. Salah satu keunggulan utama Gofood adalah tampilan halaman utamanya yang rapi dan mudah dilihat, dengan *banner promo* yang tidak terlalu besar dan diletakkan di bawah search bar. Selain itu, kategori makanan pada tampilan halaman Gofood dibuat rapih dengan hanya menampilkan *icon*-nya saja, sehingga pengguna tidak perlu membuang-buang waktu untuk mencari kategori makanan yang diinginkan.

Di sisi lain, Grabfood mendapat penilaian paling rendah untuk tampilan halaman utama karena *header bar*-nya yang terlalu lebar dan pengkategorian makanan yang terlalu ramai.

*Banner promo* yang cukup besar juga memakan tempat di tampilan halaman. Selain itu, ShopeeFood juga mendapat penilaian yang rendah karena terlalu banyak memasang *banner promo* yang sebenarnya tidak diperlukan, yang mengakibatkan tampilan halaman menjadi tidak rapi dan membingungkan pengguna. Lebih lanjut, perlu dicatat bahwa tampilan yang terlalu cerah atau memiliki warna yang terlalu kontras dapat menyebabkan kelelahan mata dan mengurangi kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, Gofood berhasil menyeimbangkan perpaduan warna dengan baik sehingga memberikan kenyamanan bagi pengguna saat menggunakannya.

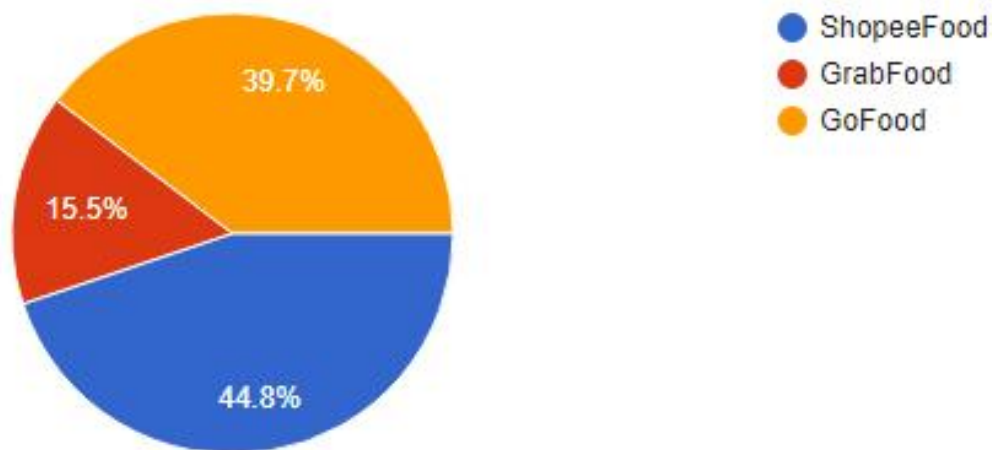
Secara keseluruhan, hasil penelitian pada Gambar 4. 9 hingga 4. 12 menunjukkan bahwa Gofood adalah aplikasi *food delivery online* yang paling baik dalam hal tampilan dan pengalaman pengguna. Dengan tampilan yang rapi dan mudah digunakan serta perpaduan warna yang seimbang, Gofood berhasil menarik minat pengguna dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan dengan ShopeeFood dan Grabfood.



Gambar 4. 13 Paling nyaman untuk melakukan pencarian dan pemesanan makanan

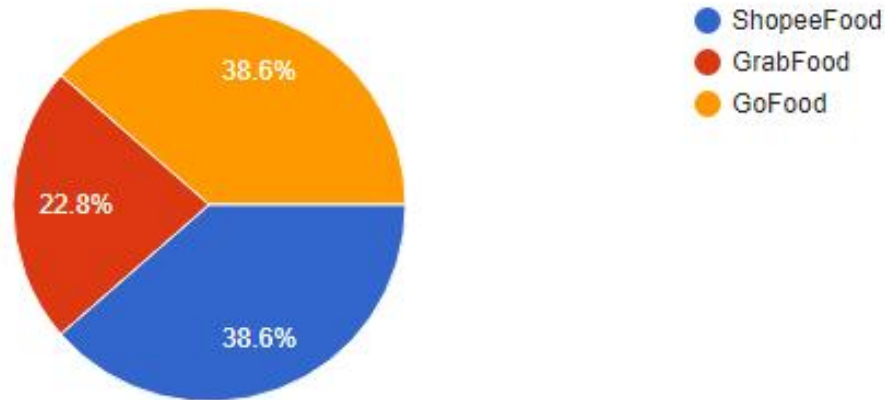
Pertanyaan pada Gambar 4. 13 berdasarkan dari aspek efisiensi, pada hal ini peneliti ingin membandingkan bagaimana cara sebuah aplikasi untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka punya dengan baik, adapun untuk sumber daya yang dimaksud adalah mesin pencarian yang digunakan oleh masing masing aplikasi terhadap data restoran dan makanan yang dimiliki masing-masing aplikasi, ini juga berhubungan dengan aspek *user satisfaction* atau kepuasan pengguna. Hasil menunjukkan bahwa Gofood mendapatkan nilai tertinggi sebesar 51.7% dari 58 responden yang telah mengisi kuesioner. Selanjutnya, ShopeeFood memperoleh 32.8% dan terakhir adalah Grabfood dengan 15.5%. Dapat disimpulkan bahwa Gofood memiliki keunggulan dalam hal kenyamanan dan kemudahan

dalam melakukan pencarian dan pemesanan makanan jika dibandingkan dengan ShopeeFood dan GrabFood. Peneliti berpendapat bahwa hal ini terjadi karena hasil pencarian yang ditampilkan oleh GrabFood tidak sebaik GoFood. Pada aplikasi GrabFood, hampir tidak ada pembatas antara restoran satu dan yang lainnya, sedangkan pada GoFood terdapat garis pembatas yang cukup tegas. Sedangkan untuk ShopeeFood, hampir tidak ada garis pembatas antara satu restoran dengan restoran lainnya. Selain itu, pada aplikasi GrabFood, pengguna kesulitan dalam mengurutkan restoran atau makanan berdasarkan preferensi, karena hasil yang ditampilkan sering kali tidak sesuai atau tidak terurut dengan benar.



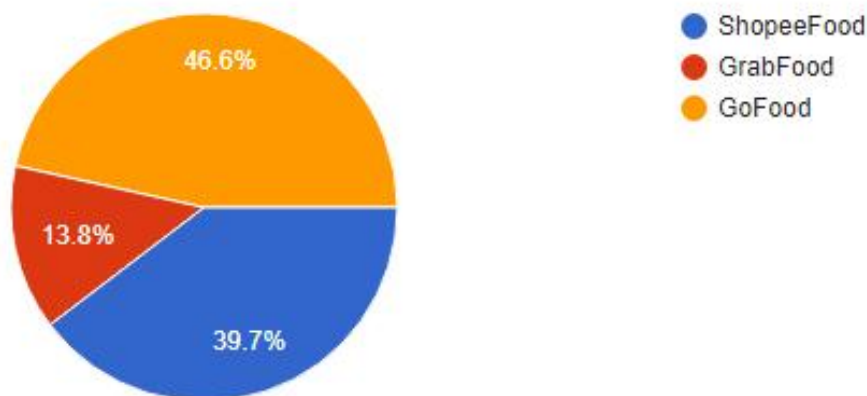
Gambar 4. 14 Perkiraan waktu paling akurat

Dalam diagram yang tertera pada Gambar 4. 14 dan 4. 15, kembali penguji melakukan perbandingan dari aspek efisiensi. Pada kasus ini sumber daya yang dibandingkan adalah bagaimana pengolahan sumber daya perangkat lunak yang dimiliki aplikasi dapat membantu pengguna untuk memperkirakan waktu pesanan mereka sampai. Pada pertanyaan ini juga terdapat aspek lain yaitu kepuasan pengguna. Dapat dilihat bahwa ShopeeFood lebih unggul daripada GoFood dalam hal estimasi waktu pengiriman yang paling akurat, dengan selisih 5,1%. Di sisi lain, GrabFood hanya mampu meraih skor sebesar 15,5% dalam hal akurasi estimasi waktu pengiriman. Hal ini menunjukkan bahwa ShopeeFood memiliki sistem yang lebih canggih dan efektif dalam memproses informasi tentang waktu pengiriman. Dengan demikian, pengguna ShopeeFood dapat lebih percaya diri dan yakin bahwa pesanan mereka akan tiba tepat waktu.



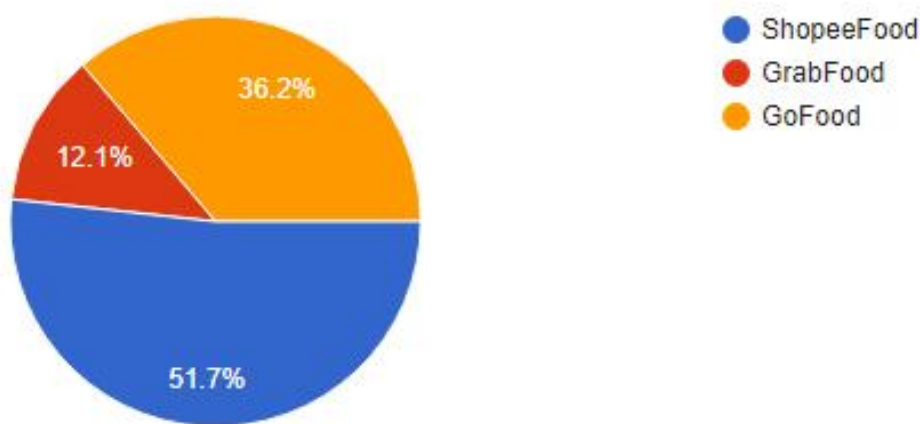
Gambar 4. 15 Titik Maps Paling Akurat

Gambar 4.15 menunjukkan hasil penilaian untuk akurasi titik maps dari tiga aplikasi *food delivery*, yaitu Shopeefood, Gofood, dan Grabfood. Berdasarkan data yang tertera pada gambar 4.15, dapat diketahui bahwa Shopeefood dan Gofood mampu meraih hasil yang sama dalam hal akurasi penilaian titik maps, yaitu sebesar 38,6%. Sementara, Grabfood hanya mampu mencapai skor sebesar 22,8% dari 58 responden dalam hal akurasi titik maps. Hal ini menunjukkan bahwa Shopeefood dan Gofood memiliki sistem navigasi yang lebih canggih dan efektif dalam menentukan titik lokasi pengiriman, sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna mereka.



Gambar 4. 16 Paling Cepat Menemukan *Driver*

Pada Gambar 4.16, peneliti kembali membandingkan ketiga aplikasi berdasarkan efisiensinya, adapun sumber daya yang dibandingkan adalah sumber daya manusia yang mereka miliki, dalam hal ini *driver*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa ShopeeFood mampu meraih skor tertinggi dengan nilai sebesar 46,6%. Sementara itu, Gofood memperoleh skor sebesar 39,7%, yang menunjukkan bahwa aplikasi ini juga memiliki kemampuan yang baik dalam menemukan driver untuk pengiriman makanan. Namun, meskipun Grabfood masih mampu menemukan driver untuk pengiriman makanan, namun mereka hanya mampu meraih skor sebesar 13,8%, yang jauh di bawah ShopeeFood dan Gofood.

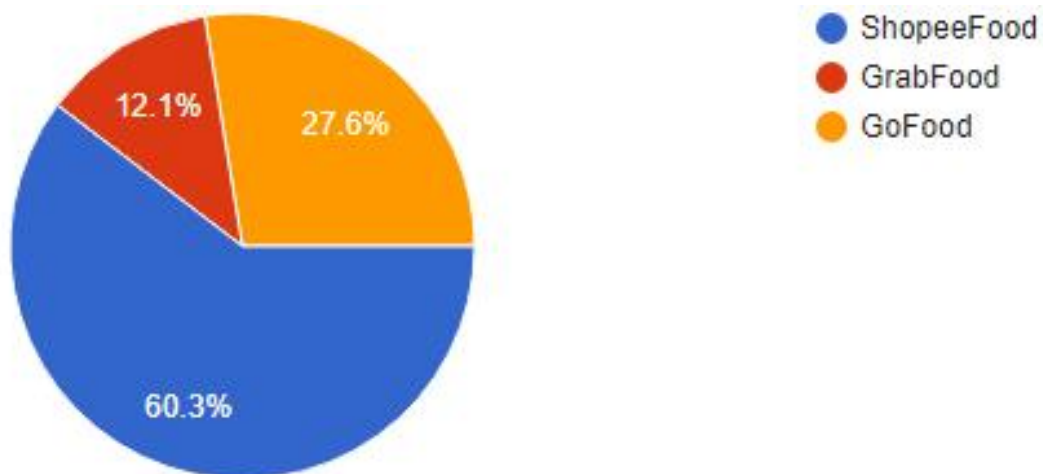


Gambar 4. 17 Paling mudah dalam pengisian saldo

Dalam hal *usability testing* untuk aplikasi *food delivery online*, kemudahan dalam pengisian saldo dan kemudahan memasang promo seperti pada gambar 4. 17 dan gambar 4. 18 termasuk pada aspek efisiensi dan *learnability* atau kemudahan untuk dipelajari. Jika aplikasi memiliki efisiensi yang baik dalam pengisian saldonya dan pemasangan promo maka prosesnya akan mudah dan cepat, sehingga pengguna dapat melanjutkan aktivitas lainnya dengan sedikit atau tanpa hambatan. Kemudahan pengisian saldo dan pemasangan promo juga berhubungan dengan kemampuan pengguna dalam mempelajari dan mengerti bagaimana cara melakukannya dengan cepat dan tepat. Jika pengisian saldo dan pemasangan promo dirancang dengan baik, pengguna akan dapat mudah memahami langkah-langkah yang diperlukan. Gambar 4.17 memperlihatkan perbandingan antara ketiga aplikasi *food delivery online* dalam kemudahan pengisian saldo atau *top-up*. Dalam hal ini, ShopeeFood berhasil meraih nilai tertinggi yaitu 51.7%, karena aplikasi ini memiliki e-commerce-nya sendiri dan telah mengembangkan Shopeepay sebagai dompet digital untuk memudahkan pengguna melakukan pembelian barang-barang di dalam e-commerce Shopee serta melakukan

pembayaran untuk layanan pengiriman makanan di ShopeeFood. Dengan satu kali pengisian saldo ShopeePay, pengguna dapat dengan mudah melakukan pembelian kebutuhan harian atau barang lainnya di *e-commerce* Shopee, serta memesan makanan melalui ShopeeFood.

Sementara itu, Gofood memperoleh nilai 36.2%. Meskipun Gofood tidak memiliki *e-commerce*, Gojek sebagai perusahaan induk Gofood telah mengembangkan Gopay sebagai dompet digital untuk memudahkan pengguna melakukan pembayaran di berbagai layanan transportasi seperti Gojek, Gocar, dan Gosend. Selain itu, Gopay juga dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di Tokopedia. Dalam hal ini, pengguna Gofood masih dapat memanfaatkan Gopay sebagai sarana pembayaran yang mudah. Sedangkan Grab memperoleh nilai terendah yaitu tidak sampai 12.1%. Hal ini disebabkan karena Grab tidak memiliki dompet digital-nya sendiri dan menggunakan OVO sebagai metode pembayaran. Namun, OVO tidak lagi menjadi salah satu alat pembayaran utama di Tokopedia setelah Gojek dan Tokopedia melakukan *merger*, atau menggabungkan kedua perusahaannya, pada tahun 2021. Oleh karena itu, pengguna Grabfood harus mencari cara lain untuk melakukan top-up saldo OVO, yang bisa jadi kurang praktis dan memakan waktu.



Gambar 4. 18 Paling mudah dalam memasang promo

Berdasarkan hasil survei yang ditampilkan pada Gambar 4.17, terlihat bahwa ShopeeFood berhasil memperoleh persentase tertinggi sebesar 60.3% pada pertanyaan tentang aplikasi yang paling mudah dalam melakukan pemasangan promo. Dalam konteks ini, promo merujuk pada program diskon atau penawaran menarik lainnya yang dapat diberikan oleh penyedia layanan pesan antar makanan kepada konsumennya. Kemenangan ShopeeFood dalam

kategori ini menunjukkan bahwa aplikasi mereka menawarkan kemudahan dalam hal pemasangan promo bagi para pelaku usaha kuliner yang ingin memasarkan produk mereka melalui platform tersebut. Peringkat kedua dalam hasil survei ini ditempati oleh Gofood dan Grabfood berada pada peringkat ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa baik Gofood maupun Grabfood juga memiliki kemampuan dalam hal pemasangan promo pada aplikasinya. Meskipun demikian, kemenangan Shopeefood dalam kategori ini menunjukkan bahwa aplikasi mereka lebih dioptimalkan dalam hal memberikan kemudahan bagi para pengguna dalam melakukan pemasangan promo, sehingga Shopeefood menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha kuliner yang ingin mempromosikan produk mereka secara efektif.

#### 4.2 Usability Testing

Hasil *Testing* yang dibuat dengan menggunakan *web-tools* untuk menilai *User Usability* dengan menggunakan *Maze*. *Maze* adalah salah satu *tools* yang digunakan dalam usability testing.

Tabel 4. 6 Hasil *usability testing* dengan menggunakan *web-tools Maze*

melakukan pemesanan dan pembayaran dengan dompet digital				
Nama Aplikasi	<i>missclick rate</i>	<i>avg duration</i>	<i>avg success</i>	nilai SUS
Shopeefood	38.0%	<b>31.6s</b>	100%	76
Grabfood	<b>40.0%</b>	28.0s	100%	75
Gofood	36.0%	26.0s	100%	77
melakukan checkout dan menggunakan voucher				
Nama Aplikasi	<i>missclick rate</i>	<i>avg duration</i>	<i>avg success</i>	nilai SUS
Shopeefood	4.3%	19.5s	100%	97
Grabfood	<b>7.2%</b>	<b>23.0s</b>	<b>80%</b>	<b>92</b>
Gofood	4.2%	20.0s	100%	97
melihat saldo				
Nama Aplikasi	<i>missclick rate</i>	<i>avg duration</i>	<i>avg success</i>	nilai SUS
Shopeefood	30.0%	2.4s	100%	95

Grabfood	38.0%	2.7s	100%	92
Gofood	23.0%	2.1s	100%	97
melihat restoran				
Nama Aplikasi	<i>missclick rate</i>	<i>avg duration</i>	<i>avg success</i>	nilai SUS
Shopeefood	6.7%	22.0s	80%	86
Grabfood	5.2%	23.0s	80%	85
Gofood	4.6%	21.0s	80%	87

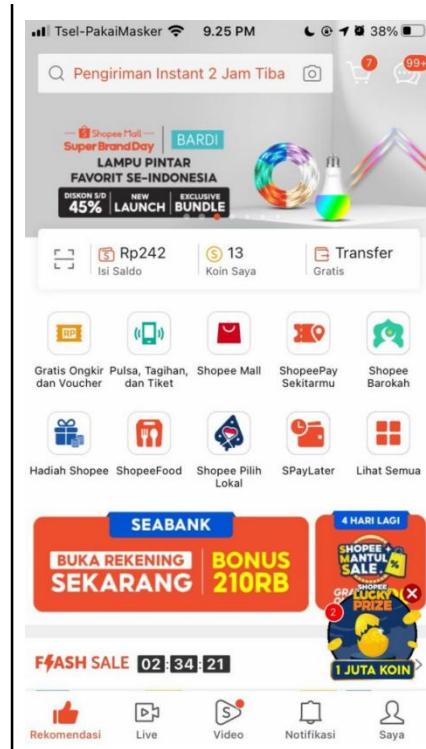
Warna merah pada tabel menunjukkan nilai kontras negatif.

Pada bagian 4.2, peneliti membandingkan ketiga aplikasi *food delivery* menggunakan alat pengujian *usability testing* yaitu Maze, dengan melibatkan 5 responden pada setiap pengujian. Peneliti memilih Maze karena alat ini lebih mudah digunakan dibandingkan dengan alat pengujian yang lain, dan juga Maze memiliki reputasi yang baik di antara para pengembang perangkat lunak dan UI/UX.

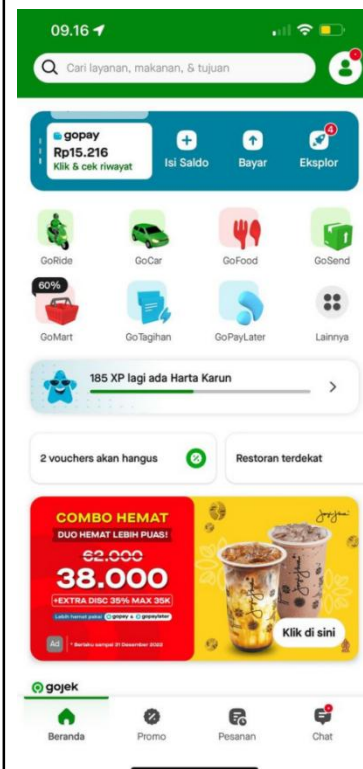
Ketika aplikasi diminta untuk melakukan pemesanan dan pembayaran dengan dompet digital, Grabfood mendapatkan *missclick rate* tertinggi yaitu sebesar 40%. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh ukuran *icon* saldo pada aplikasi Grab yang terlalu kecil dan ditempatkan terlalu dekat dengan *icon* lainnya. Dalam hal pembayaran melalui dompet digital, Shopeefood memiliki rata-rata durasi paling lama yaitu sebesar 31,6 detik. Hal ini dikarenakan saat memilih makanan di Shopeefood, pembeli harus menambahkan beberapa tambahan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke pembayaran.



Gambar 4. 19 tampilan halaman utama Grab



Gambar 4. 20 tampilan halaman utama Shopee



Gambar 4. 21 tampilan halaman utama Gojek

Saat aplikasi diminta untuk melihat saldo nilai, hasil uji *usability testing* menunjukkan bahwa Grabfood memiliki *missclick rate* sebesar 38%. Hal ini dapat disebabkan oleh penempatan menu untuk dompet digital Grabfood, yaitu OVO, meskipun terdapat di halaman depan aplikasi Grab, namun memiliki ukuran yang lebih kecil dibandingkan kedua aplikasi perbandingan lainnya, seperti yang terlihat pada gambar 4. 19. Shopeefood memiliki nilai terendah saat peneliti menayakan aplikasi yang memiliki tampilan utama paling rapih seperti pada gambar 4.12

Dalam perbandingan ketiga aplikasi berdasarkan *checkout* pesanan dan penggunaan *voucher*, Shopeefood dan Gofood memiliki perbedaan yang tidak signifikan dalam ketiga aspek penilaian dan nilai SuS yang diperoleh. Namun, Grabfood menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan kedua pesaingnya. Hasil *usability testing* menunjukkan bahwa Grabfood memiliki *missclick rate* sebesar 7,2%, *avg duration* sebesar 23 detik, dan *avg success* sebesar 80%. Sementara itu, Shopeefood dan Gofood masing-masing memiliki *missclick rate* sebesar 4,3% dan 4,2%, *avg duration* sebesar 19,5 detik dan 20,0 detik, serta mendapatkan *avg success* sebesar 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pada aplikasi Grabfood, pengguna mengalami kesulitan saat melakukan *checkout* dan menggunakan *voucher* diskon

karena persyaratan dan ketentuan penggunaannya sangat spesifik. Sebagian besar voucher Grabfood hanya berlaku untuk pengguna yang menggunakan kartu kredit tertentu dan memiliki minimum belanja yang cukup besar jika dibandingkan dengan kedua aplikasi lainnya.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan oleh peneliti pada bab ini, dapat disimpulkan bahwa dari sisi *UI/UX*, pengguna lebih memilih aplikasi *food delivery* yang dapat memberikan pengalaman yang lebih baik, dan besarnya diskon yang ditawarkan oleh penyedia jasa aplikasi juga berpengaruh pada minat pengguna. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden yang lebih sering menggunakan Shopeefood daripada dua aplikasi lainnya, serta hasil dari tabel 4.5 di mana penguji bertanya kepada responden mengenai alasan mereka menggunakan aplikasi tersebut, dan mayoritas dari mereka menjawab karena diskon. Meskipun demikian, Gofood yang unggul dari segi *UI*, menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan.

Peneliti berpendapat bahwa tampilan atau *UI* pada sebuah aplikasi sangat baik untuk meningkatkan *brand-awareness* kepada pengguna dan *UX* akan sangat berpengaruh pada kenyamanan sehingga pengguna akan lebih sering menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian *usability testing* memiliki pengaruh signifikan pada minat pengguna untuk menggunakan aplikasi *food delivery online*, seperti yang terlihat pada studi kasus Shopeefood, Gofood, dan Grabfood. Aplikasi dengan nilai *usability testing* yang lebih baik cenderung lebih disukai oleh pengguna, seperti Shopeefood dan Gofood yang mendapatkan nilai *usability testing* yang lebih baik dibandingkan dengan Grabfood.

### 4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap pengguna layanan pesan antar makanan melalui aplikasi, terlihat bahwa Gofood dan Shopeefood memiliki porsi yang signifikan dalam kategori-kategori tertentu. Dalam hal tampilan *UI*, mayoritas responden memilih Gofood sebagai aplikasi yang memiliki tampilan paling menarik. Hal ini menunjukkan bahwa Gofood memiliki desain *UI* yang mampu menarik perhatian para pengguna dan memberikan pengalaman visual yang menarik. Selain itu, Gofood juga berhasil mendapatkan nilai tertinggi dalam perpaduan warna yang paling nyaman, tampilan aplikasi yang paling rapih, aplikasi yang paling nyaman digunakan dari segi *UI*, *icon* paling menarik, serta aplikasi yang paling nyaman untuk melakukan pencarian dan pemesanan makanan, dengan minimal setidaknya lebih dari 50% responden. Hasil ini menunjukkan bahwa Gofood

memiliki desain UI yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menavigasi aplikasi dan menemukan apa yang mereka cari dengan cepat dan mudah.

Hasil kuesioner mengenai pengalaman pengguna atau UX juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih Shopeefood dalam hal seperti perkiraan waktu paling akurat dan kemudahan dalam pengisian saldo, dengan nilai lebih dari 44%. Bahkan dalam hal kemudahan memasang promo, Shopeefood berhasil mendapatkan nilai tertinggi, yaitu 60,3%.

Namun, di sisi lain, Grabfood mendapatkan nilai paling rendah dari hampir semua penilaian baik dari kuesioner yang dilakukan melalui Google Form maupun melalui *testing* yang dilakukan dengan menggunakan Maze. Hal ini menunjukkan bahwa Grabfood harus meningkatkan kualitas pelayanan dan desain UI mereka untuk dapat bersaing dengan aplikasi pesaingnya. Dalam sebuah industri yang semakin kompetitif, pengalaman pengguna dan desain UI yang menarik dapat menjadi faktor yang menentukan bagi keberhasilan sebuah aplikasi layanan pesan antar makanan.

Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa Shopeefood memiliki keunggulan dalam hal *user experience* (UX) dibandingkan dengan Gofood dan Grabfood. Meskipun Gofood mendapat nilai tertinggi dalam hal tampilan *user interface* (UI), Shopeefood berhasil meraih nilai tertinggi dalam hal perkiraan waktu yang akurat, kemudahan pengisian saldo, dan mudahnya memasang promo. Oleh karena itu, para pengguna lebih cenderung menggunakan Shopeefood secara berkala.

Pentingnya *user experience* atau pengalaman pengguna yang baik dalam mempengaruhi kesetiaan pengguna dan meningkatkan tingkat penggunaan layanan atau produk digital telah dibuktikan dalam penelitian sebelumnya. Huang dan Rust (2018) mengemukakan bahwa pengalaman pengguna yang positif dan memuaskan dapat meningkatkan kesetiaan pengguna dan membawa mereka kembali ke layanan atau produk tersebut. Dalam hal ini, Shopeefood memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan Gofood dan Grabfood dalam memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan pengalaman pengguna yang baik.

Namun, perlu diingat bahwa *user experience* bukanlah hal yang mudah untuk dinilai. Hal ini karena penilaian *user experience* sangat dipengaruhi oleh jumlah waktu penggunaan aplikasi, yang membutuhkan waktu adaptasi dan kebiasaan. *user experience* membutuhkan pengalaman dan adaptasi pengguna yang lebih lama. Oleh karena itu, penilaian *user experience* yang dilakukan dalam penelitian ini didasarkan pada pengalaman pengguna yang telah menggunakan ketiga aplikasi selama beberapa waktu dan memberikan penilaian yang objektif. Berbeda dengan dengan *user interface* yang bisa dibandingkan dengan sekali melihat. Seperti pada pendapat Norman, D.A (2013) pengguna dapat memberikan penilaian

awal atau kesan pertama pada UI sebuah aplikasi setelah melihatnya sekali. Ini dapat mencakup penilaian visual, kejelasan informasi tata letak, dan kemudahan penggunaan yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna. Selain itu, Grabfood yang mendapatkan nilai paling rendah dari hampir semua penilaian baik dari kuesioner yang dilakukan melalui Google Form maupun melalui pengujian yang dilakukan dengan menggunakan Maze. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna kurang terbiasa dengan aplikasi Grabfood dan menghadapi kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan bahwa Shopeefood adalah aplikasi yang paling unggul dari sisi *user experience* (UX) dan Gofood memiliki *user interface* (UI) yang paling menarik. Sedangkan Grabfood berada di posisi ketiga dari tiga aplikasi yang diuji, karena dari sisi UI, Grabfood tidak lebih unggul daripada Gofood, dan dari sisi UX, tidak lebih baik daripada Shopeefood karena pengguna tidak terbiasa dengan aplikasi Grabfood..

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa *UI* dan *UX* memiliki pengaruh yang searah terhadap minat pengguna dalam menggunakan aplikasi *Food Delivery*. Hal ini dapat dilihat dari fakta bahwa Gofood memiliki jumlah minat paling tinggi dari responden dan juga memiliki penilaian *UI* dan *Maze-tools* paling tinggi. Selain itu, Shopeefood juga menjadi aplikasi yang paling sering digunakan oleh responden dengan nilai UX tertinggi secara keseluruhan.

## 5 BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari bab-bab sebelumnya terhadap penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aplikasi *food delivery* yang lebih baik berdasarkan *usability testing* dari segi *UI* adalah Gofood.
2. Aplikasi *food delivery* yang lebih baik berdasarkan *usability testing* dari segi *UX* adalah Shopeefood.
3. Aplikasi *food delivery* yang lebih baik berdasarkan nilai SUS pada *usability testing* adalah Gofood.
4. Hasil usability pengguna berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan aplikasi *food delivery online*.

#### 5.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian terhadap *usability testing* aplikasi *food delivery online*, peneliti merekomendasikan sejumlah saran yang dapat diimplementasikan oleh penyedia aplikasi yang bergerak di bidang serupa. Sebagai contoh, penting bagi penyedia aplikasi untuk memperhatikan tampilan utama aplikasi dan memastikan bahwa fitur-fitur yang ada di dalamnya dikelompokkan secara rapi dan tidak menampilkan semuanya pada halaman utama. Dengan cara ini, pengguna akan lebih mudah untuk memahami dan menggunakan aplikasi secara optimal. Selain itu, penting juga bagi penyedia aplikasi untuk memberikan garis pemisah yang tegas dan jelas pada halaman pencarian makanan maupun halaman utama, sehingga pengguna dapat dengan mudah membedakan antara makanan atau restoran yang muncul di dalam aplikasi. Hal ini akan memudahkan pengguna untuk menemukan makanan atau restoran yang mereka inginkan dengan cepat dan mudah.

Agar pengguna tidak melakukan *missclick error* penyedia aplikasi harus memastikan tombol yang disediakan tidak terlalu kecil atau terlalu berdekatan satu sama lain, sehingga *missclick error* bisa diminimalisir. Selain itu, penggunaan *icon* yang sederhana dan *flat* dapat membuat aplikasi lebih mudah dimuat oleh *smartphone* kelas menengah dan ke bawah, serta lebih nyaman dilihat oleh pengguna.

Selain tampilan, perpaduan warna juga harus dipertimbangkan oleh penyedia aplikasi. Perpaduan warna yang kontras dan netral tetapi tidak begitu mencolok dapat membantu pengguna tidak merasa kelelahan saat menggunakan aplikasi dalam waktu yang lama.

Selanjutnya, penting juga untuk memperhatikan fitur pencarian pada aplikasi. Pastikan aplikasi dapat mengurutkan makanan sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna saat melakukan pencarian berdasarkan urutan makanan tertentu. Hal ini akan membantu pengguna menemukan makanan dengan lebih mudah dan cepat.

Tidak hanya fitur pencarian, prioritas restoran yang masih buka juga harus dipertimbangkan oleh penyedia aplikasi. Pastikan restoran yang masih buka ditempatkan di bagian atas kolom pencarian atau pada halaman aplikasi, sedangkan restoran yang sudah tutup atau tidak beroperasi dapat ditampilkan dengan warna yang berbeda di bagian bawah.

Selain itu, berdasarkan penelitian, diskon yang ditawarkan merupakan salah satu alasan responden memilih aplikasi. Oleh karena itu, penting bagi penyedia aplikasi untuk memberikan diskon yang menarik bagi pengguna dan mudah digunakan.

Terakhir, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat UX yang lebih baik pada aplikasi dapat meningkatkan frekuensi penggunaan oleh pengguna. Oleh karena itu, pastikan pengguna merasa nyaman dengan apa yang ditawarkan oleh pihak penyedia layanan aplikasi, baik langsung maupun tidak langsung. Penting untuk selalu memperhatikan dan memperbaiki segala aspek yang mungkin mempengaruhi kualitas pengalaman pengguna di dalam aplikasi.

## 6 DAFTAR PUSTAKA

- Barus, A. C., & Siburian, L. (2017). STUDI PERBANDINGAN ALAT PENGUJIAN OTOMATIS UNTUK APLIKASI ANDROID. *Akreditasi KEMENRISTEKDIKTI, No. 51/E/KPT/2017*, 1-8.
- Fauzi, N. A.-Z. (2019). Analisis Usability Aplikasi Perangkat Bergerak Jual Beli Online dengan Model People At The Center of Mobile Application Development (PACMAD) (Studi Kasus : Tokopedia, Bukalapak dan Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Infomasi dan Ilmu Komputer Vol. 3, No. 3, Maret 2019, hlm. 2552-2557, 2553-2557*.
- Hanato, A. L., & Rahman, Y. A. (2018). User Experience Measurement On Go-jek Mobile App in Malang City.
- Hedegaard, S., & Simonsen, J. G. (2013). Extracting Usability and User Experience Information from Online User Reviews.
- Jain, S., & Purandare, P. (2021). Study of the Usability Testing of E-Commerce Applications. *Journal of Physics: Conference Series, Volume 1964, Advances in Computer Science Engineering*, 1-6.
- Megawaty, D. A., & Setiawan, E. (2017). ANALISIS PERBANDINGAN SOCIAL COMMERCEDARI SUDUT PENGGUNA WEBSITE. *Jurnal TEKNOINFO, Vol. 11, No. 1, 2017, 1-4. ISSN 1693 0010*, 1-4.
- Moczarny, I. M., Villiers, M. R., & Biljon, J. A. (2012). How can usability contribute to user experience?: a study in the domain of e-commerce. *ISBN-13: 978-1-4503-1308-7*, 216–225.
- Santi. (2020). Analisis User Experience dan User Interface Aplikasi Gojek Terhadap Kepuasan Pengguna dengan Metode Usability. 1-29.
- Wibisono, N. R. (2020). PERBANDINGAN USABILITAS E-COMMERCE DENGAN METODE SUBJEKTIF DAN OBJEKTIF (Studi Kasus : Tokopedia Dan Bukalapak).
- Zahra, F. H. (2017). Usability evaluation of mobile applications; where do we stand? *AIP Conference Proceedings(Vol. 1891, No. 1, p. 020056). AIP Publishing*.
- Bauer, D. (2010). Measuring website usability with the System Usability Scale (SUS). In *Interacting with Computers (pp. 329-341)*. Springer, London
- Bauer, D. (2010). Why should you test your website with users?. In *Interacting with Computers (pp. 257-270)*. Springer, London.
- Armoniene, L., Montvydiene, D., & Gudauskas, R. (2014). Investigation of the effects of colors on visual perception and usability of web pages. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 156, 633-637*.
- Huang, A. H., & Rust, R. T. (2018). Designing websites and mobile apps for emotional gratification to drive usage and addiction. *Journal of Consumer Marketing, 35(3), 219-228*.
- Gupta, N., Kaur, H., & Kaur, K. (2018). A comparative study of usability testing methods. *International Journal of Computer Applications, 180(47), 22-26*.
- Sangwon, L., & Sunyoung, P. (2021). A comparative study on usability test methods for mobile applications. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing, 12(6), 5473-5486*
- Sambasivan, M., & Fei, G. C. (2019). A systematic review of usability factors and user experience for internet of things (IoT) devices. *Telematics and Informatics, 36, 55-67*.