

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE PADA WEBSITE MBS PLERET YOGYAKARTA

Akmal Pamungkas, Uyock Anggoro Saputro

Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta

akmalpams2@gmail.com

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi yang begitu pesat, keberadaan *website* telah menjadi kebutuhan penting bagi sektor pendidikan untuk mendukung penyebaran informasi dan meningkatkan citra positif lembaga pendidikan di masyarakat. MBS Pleret Yogyakarta menggunakan *website* untuk menyampaikan berbagai informasi akademik dan non-akademik kepada publik. Permasalahan yang di hadapi dalam penelitian ini adalah belum diketahui seberapa besar tingkat pemahaman *user* dan pengalaman pengguna terhadap *website* MBS Pleret Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pengguna terhadap *website* MBS Pleret Yogyakarta menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)* untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dirasakan oleh pengguna. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner UEQ yang terdiri dari 26 pertanyaan yang dikelompokkan ke dalam 6 dimensi UX: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil penelitian ini mendapatkan nilai *mean* yang berdasarkan penilaian 38 responden dari 46 responden yang berpartisipasi. Pada dimensi daya tarik (1,820), dimensi kejelasan (1,868), dimensi efisiensi (1,829), dimensi ketepatan (1,711), dimensi stimulasi (1,526), dan dimensi kebaruan (1,105).

Kata kunci : Pengalaman pengguna, *user experience questionnaire*, *website*, Analisis

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi, keberadaan *website* telah menjadi kebutuhan penting bagi berbagai sektor, termasuk pendidikan. Penggunaan situs *website* memberikan peluang yang sangat besar sebagai alat promosi untuk mendukung penyebaran kegiatan akademis dan kegiatan lainnya[1].

Website memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra positif suatu lembaga di mata masyarakat. Citra positif ini dapat membangun kepercayaan antara penyedia dan penerima informasi. Informasi harus mudah dipahami oleh pengguna. Karena itu, situs *website* harus dirancang dan diatur sehingga mudah diakses dan dipahami oleh pengguna. karena, hal ini akan memengaruhi kualitas situs *website* [2].

Pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) memegang peranan penting dalam memastikan pengguna merasa puas dan nyaman ketika mengakses suatu *website*. UX mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan navigasi, efisiensi, dan daya tarik yang dapat mendukung tingkat kepuasan serta minat pengguna untuk kembali mengakses *website*[3].

MBS Pleret Yogyakarta adalah lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren yang menggunakan *website* sebagai sarana informasi bagi publik. Alamat *website* yang masih aktif adalah <https://mbsppleret.sch.id/>. *Website* ini menyajikan berbagai informasi penting, mulai dari profil lembaga hingga kegiatan akademis dan non-akademis. Namun, hingga saat ini belum dilakukan evaluasi mendalam mengenai pengalaman pengguna pada *website* tersebut, sehingga tidak diketahui sejauh mana *website* tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan harapan penggunaanya[4].

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna pada *website* MBS Pleret Yogyakarta menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Metode ini melibatkan enam dimensi UX: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan[5].

Metode UEQ sendiri terdiri dari 26 pertanyaan yang kuesioner aslinya ada dalam bahasa Inggris, namun beberapa peneliti di seluruh dunia juga telah membuat versi dalam bahasa lain. Tak hanya itu, UEQ juga sudah tersedia dalam versi bahasa Indonesia yang dapat digunakan dalam penelitian[6].

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas UX pada *website* MBS Pleret dan menjadi acuan dalam pengembangan *website* yang lebih inovatif serta sesuai dengan kebutuhan pengguna

2. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk mendapatkan informasi yang relevan, peneliti melakukan eksplorasi informasi dari berbagai sumber. Tidak hanya itu juga, peneliti juga menggunakan referensi penelitian sebelumnya sebagai dasar pertimbangan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan yang ada. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anisa Dyah Savitri, Chanifah Indah Ratnasari yang meneliti tentang evaluasi *user experience* UII RAS menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)* pada *website* UII Gateway. Mendapatkan hasil melalui analisis *benchmark*, beberapa aspek memiliki kategori di bahwa rata-rata: daya tarik, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan; sedangkan aspek kejelasan memiliki kategori di atas rata-rata[3].

Penelitian berikutnya membahas tentang pengalaman pengguna (*user experience*) dalam penggunaan *website* SMK Negeri Tugumulyo dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) sebagai metode pengukuran yang dilakukan oleh [7]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* tersebut memiliki skala daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan yang beragam. Meskipun sebagian besar skala mendapat nilai di atas rata-rata, skala Stimulasi mendapat nilai terendah. Saran yang diberikan meliputi peningkatan fitur yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna, melakukan penyebaran kuesioner lagi untuk mendapatkan informasi lebih lanjut, serta melibatkan responden secara aktif dalam pengembangan *website*.

Penelitian selanjutnya membahas tentang analisis dan evaluasi pengalaman pengguna terhadap aplikasi PaTik Bali menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang dilakukan oleh [8]. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner UEQ kepada 34 pengguna. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengalaman pengguna PaTik Bali dapat dikatakan baik dengan nilai rata-rata di atas 1. Metode UEQ digunakan untuk mengukur aspek-aspek teknis dan non-teknis terkait emosi atau persepsi kesenangan pengguna.

2.1. User Experience

User experience (UX)) adalah sebuah konsep yang mencakup seluruh interaksi yang dialami pengguna saat menggunakan suatu produk atau layanan, dan mencakup aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, kepuasan, dan kenyamanan.. *User experience* juga dianggap penting untuk pembuatan produk karena memungkinkan desainer UX untuk mengetahui apa yang diinginkan, dibutuhkan, keterbatasan, dan kemampuan pengguna [1].

Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan loyalitas pengguna, memperbaiki tingkat konversi, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Fungsi utama dari UX adalah mempermudah penggunaan produk, menarik minat pengguna, dan memberikan pengalaman terbaik yang menyenangkan dan memuaskan. Dengan fokus pada kebutuhan dan harapan pengguna, UX bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang optimal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kesuksesan produk. Dengan demikian, UX yang baik diperlukan untuk membuat pengguna merasa nyaman saat menggunakan produk [9].

2.2. User Experience Questionnaire

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan alat yang banyak digunakan untuk mengukur kesan subjektif pengguna terhadap pengalaman pengguna suatu produk atau layanan. Ini mencakup serangkaian aspek pengalaman pengguna yang komprehensif, termasuk kriteria kegunaan klasik (efisiensi, kejelasan, ketergantungan) dan kriteria

pengalaman pengguna (orisinalitas, stimulasi) [9]. UEQ terdiri dari 26 item yang dikelompokkan ke dalam enam skala, antara lain [5]:

- Attractiveness* (Daya Tarik) berkaitan dengan kesan keseluruhan suatu produk. Apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai.
- Perspicuity* (Kejelasan) berkaitan dengan penggunaan suatu produk mudah dipahami atau digunakan oleh pengguna. Seberapa jelas produk bagi pengguna.
- Efficiency* (Efisiensi) berkaitan dengan seberapa besar kemampuan pengguna suatu produk oleh dalam menyelesaikan tugas tanpa menghabiskan banyak waktu atau tenaga.
- Stimulation* (Stimulasi) berkaitan dengan seberapa besar keinginan pengguna untuk menggunakan suatu produk. Seberapa menarik suatu produk itu digunakan.
- Dependability* (Ketepatan) berkaitan dengan tingkat kontrol yang dimiliki oleh pengguna dalam interaksi. Seberapa besar ketepatan yang dirasakan oleh pengguna melalui kontrol yang ia miliki.
- Novelty* (Kebaruan) berkaitan dengan tingkat inovasi dan kreativitas produk untuk menarik minat pengguna. Seberapa kreatif atau inovatif dari suatu produk.

2.3. Website MBS Pleret Yogyakarta

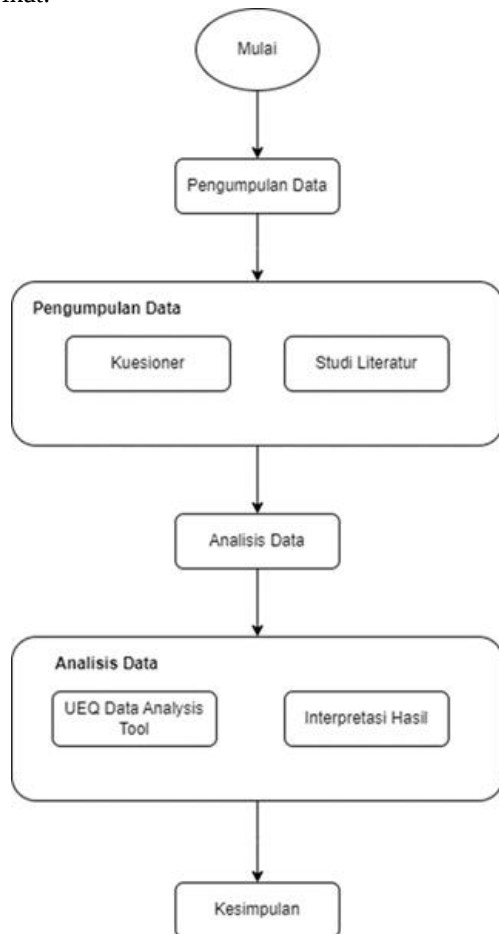
Website adalah kumpulan halaman yang dapat diakses melalui Internet dan biasanya mencakup informasi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, video, dan elemen multimedia lainnya [2].

Dengan berkembangnya teknologi, *website* telah menjadi salah satu sumber informasi penting dalam kehidupan sehari-hari, memudahkan komunikasi dan menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Situs web dapat melayani berbagai tujuan, mulai dari menyampaikan informasi, mempromosikan produk, hingga interaksi sosial. Setiap situs web memiliki alamat unik yang disebut Uniform Resource Locator (URL), yang memungkinkan pengguna menemukan dan mengaksesnya [10].

Website MBS Pleret Yogyakarta adalah situs resmi yang dibuat oleh Muhammadiyah Boarding School (MBS) Pleret, Yogyakarta, untuk menyediakan berbagai informasi terkait lembaga pendidikan tersebut. *Website* ini bisa diakses melalui laman <https://mbspleret.sch.id/>. *Website* ini berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi antara sekolah dengan masyarakat umum, khususnya orang tua, calon siswa, dan para pengunjung yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang MBS Pleret. Di dalam *website* MBS Pleret terdapat fitur-fitur. Fitur-fitur yang terdapat pada *website* ini antara lain, fitur *home*, fitur tentang kami, fitur informasi pendidikan, fitur kegiatan dan ekstra, informasi pondok, PSB *online* dan fitur *download*.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menyusun alur tentang gambaran keseluruhan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Alur penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk mengevaluasi pengalaman pengguna *website* MBS Pleret Yogyakarta. Alur metode penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengumpulan data, analisis data, dan penyimpulan hasil.

3.1. Pengumpulan data

Tahap ini dimulai dengan studi literatur untuk memahami dasar-dasar *User Experience* (UX) serta metode UEQ. Setelah itu, peneliti menyusun kuesioner UEQ yang terdiri dari 26 pernyataan yang dikelompokkan ke dalam enam dimensi UX: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Kuesioner ini kemudian diadaptasi dalam bentuk Google Form untuk memudahkan pengisian oleh responden. Responden diinstruksikan untuk membuka dan mengeksplorasi *website* MBS Pleret,

lalu memberikan penilaian yang spontan sesuai kesan mereka terhadap *website*. Langkah ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis data yaitu UEQ data analysis tool yang tersedia di situs resmi UEQ (<https://www.ueq-online.org/>).

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	○	○	○	○	○	○	○	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	○	○	○	○	○	○	○	dapat dipahami	2
kreatif	○	○	○	○	○	○	○	monoton	3
mudah dipelajari	○	○	○	○	○	○	○	sulit dipelajari	4
bermanfaat	○	○	○	○	○	○	○	kurang bermanfaat	5
membosankan	○	○	○	○	○	○	○	mengasyikkan	6
tidak menarik	○	○	○	○	○	○	○	menarik	7
tak dapat diprediksi	○	○	○	○	○	○	○	dapat diprediksi	8
cepat	○	○	○	○	○	○	○	lambat	9
berdaya cipta	○	○	○	○	○	○	○	konvensional	10
menghalangi	○	○	○	○	○	○	○	mendukung	11
baik	○	○	○	○	○	○	○	buruk	12
rumit	○	○	○	○	○	○	○	sederhana	13
tidak disukai	○	○	○	○	○	○	○	menggembirakan	14
lazim	○	○	○	○	○	○	○	terdepan	15
tidak nyaman	○	○	○	○	○	○	○	nyaman	16
aman	○	○	○	○	○	○	○	tidak aman	17
memotivasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	○	○	○	○	○	○	○	efisien	20
jelus	○	○	○	○	○	○	○	membingungkan	21
tidak praktis	○	○	○	○	○	○	○	praktis	22
terorganisasi	○	○	○	○	○	○	○	berantakan	23
atraktif	○	○	○	○	○	○	○	tidak atraktif	24
ramah pengguna	○	○	○	○	○	○	○	tidak ramah pengguna	25
konservatif	○	○	○	○	○	○	○	inovatif	26

Gambar 2. Kuesioner UEQ

3.2. Analisis data

Setelah data terkumpul, tahap analisis data dilakukan menggunakan alat bantu *UEQ Data Analysis Tool*. Analisis ini meliputi:

- Uji Konsistensi Jawaban:** Dilakukan untuk memastikan bahwa jawaban responden konsisten. Jika ada data yang terdeteksi inkonsistensi, data tersebut dihapus untuk menjaga keakuratan hasil.
- Uji Reliabilitas:** Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi jawaban responden pada masing-masing dimensi. Dimensi dengan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6 dianggap reliabel.
- Pengukuran Mean:** *Mean* atau nilai rata-rata dihitung untuk setiap dimensi UX guna mengetahui evaluasi positif, netral, atau negatif dari tiap dimensi. Data diubah ke dalam rentang skor -3 hingga +3, di mana -3 merepresentasikan jawaban paling negatif, 0 netral, dan +3 paling positif.
- Perbandingan Benchmark Dataset:** Perbandingan dilakukan untuk melihat posisi *website* MBS Pleret dalam kategori *benchmark*, yaitu *excellent*, *good*, *above average*, *below average*, dan *bad*. Kategori ini ditentukan berdasarkan interval nilai pada setiap dimensi UX.

Tabel 1. Standar interval benchmark

Kategori	Daya Tarik	Kejelasan	Efisiensi	Ketepatan	Stimulasi	Kebaruan
<i>Excellent</i>	$\geq 1,75$	$\geq 1,9$	$\geq 1,78$	$\geq 1,65$	$\geq 1,55$	$\geq 1,4$
<i>Good</i>	$< 1,75$	$< 1,9$	$< 1,78$	$< 1,65$	$< 1,55$	$< 1,4$
	$\geq 1,52$	$\geq 1,56$	$\geq 1,47$	$\geq 1,48$	$\geq 1,31$	$\geq 1,05$
<i>Above average</i>	$< 1,52$	$< 1,56$	$< 1,47$	$< 1,48$	$< 1,31$	$< 1,05$
	$\geq 1,17$	$\geq 1,08$	$\geq 0,98$	$\geq 1,14$	$\geq 0,99$	$\geq 0,71$
<i>Below average</i>	$< 1,17$	$< 1,08$	$< 0,98$	$< 1,14$	$< 0,99$	$< 0,71$
	$\geq 0,7$	$\geq 0,64$	$\geq 0,54$	$\geq 0,78$	$\geq 0,5$	$\geq 0,3$
<i>Bad</i>	$< 0,7$	$< 0,64$	$< 0,54$	$< 0,78$	$< 0,5$	$< 0,3$

Setiap kategori ditabel tersebut, memiliki Interpretasi pada setiap kategorinya dengan kisaran[11] :

- Excellent*, artinya produk yang dievaluasi termasuk 10% terbaik.
- Good*, artinya terdapat 10% produk lain yang lebih baik dari yang dievaluasi, namun 75% sisanya buruk.
- Above average*, artinya terdapat 25% produk yang lebih baik, namun 50% sisanya buruk.
- Below average*, artinya 50% produk lebih baik dan 25% sisanya buruk.
- Bad*, artinya produk yang dievaluasi termasuk 25% yang terburuk.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk ke pengukuran dimensi UX, uji konsistensi dilakukan untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan responden tidak bertentangan dalam setiap dimensi. Dari 46 responden awal, delapan data teridentifikasi memiliki inkonsistensi dan dihapus, sehingga total data yang digunakan adalah 38. Selanjutnya, uji reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh dimensi memiliki nilai *alpha* lebih dari 0,6, yang berarti data dapat diandalkan untuk analisis selanjutnya.

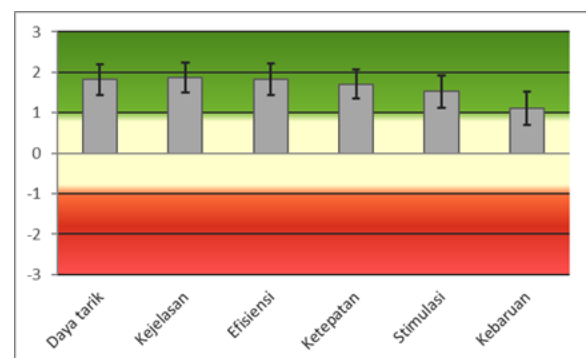
Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Dimensi UEQ	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Daya tarik (<i>Attractiveness</i>)	0,95	Reliabel
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	0,93	Reliabel
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	0,93	Reliabel
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	0,85	Reliabel
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	0,89	Reliabel
Kebaharuan (<i>Novelty</i>)	0,71	Reliabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan nilai *alpha* minimal adalah 0,6. Dikarenakan peneliti menggunakan nilai minimal 0,6 maka, dimensi dengan nilai *alpha* $> 0,6$ dianggap reliabel. Sedangkan dimensi dengan nilai *alpha* $< 0,6$ dianggap tidak reliabel. Berdasarkan hasil nilai *Cronbach Alpha-Coefficient*

pada tabel 2 sudah di anggap reliabel, maka langkah selanjutnya adalah pengukuran *mean*.

Berdasarkan 26 skala UEQ yang telah dikelompokkan menjadi enam dimensi, maka didapatkan perbandingan hasil *mean* yang ditunjukkan oleh gambar 2.

Gambar 3. Grafik perhitungan *mean* pada dimensi UEQTabel 3. Hasil perhitungan nilai *mean*

Kategori	Mean	Dimensi UEQ	Mean
Daya Tarik	1,82	Daya tarik	1,820
Kualitas Pragmatis	1,80	Kejelasan	1,868
		Efisiensi	1,829
		Ketepatan	1,711
Kualitas Hedonis	1,32	Stimulasi	1,526
		Kebaruan	1,105

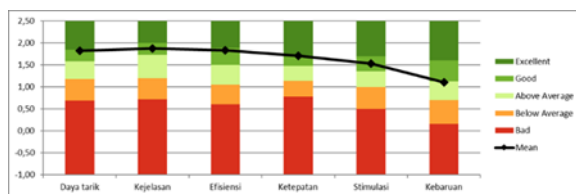
Hasil pengelompokan evaluasi perhitungan *mean* pada tabel 3 menunjukkan bahwa kategori daya tarik mendapatkan nilai *mean* 1,82. Hal ini menunjukkan bahwa kategori ini termasuk ke dalam hasil evaluasi positif karena memperoleh nilai $> 0,8$. Pada dimensi UEQ daya tarik mendapatkan nilai 1,820, dengan demikian dimensi daya tarik mendapatkan hasil evaluasi positif karena memperoleh nilai $> 0,8$. Dimensi daya tarik merupakan dimensi yang mengukur apakah tampilan dan desain sudah cukup menarik dalam persepsi pengguna.

Kategori selanjutnya yaitu kualitas pragmatis. Kategori ini menunjukkan sejauh mana produk yang diuji dapat memenuhi kebutuhan fungsional penggunaannya. Kategori ini mengidentifikasi aspek yang berhubungan dengan tugas. Kategori kualitas pragmatis diukur melalui tiga dimensi, yaitu kejelasan, efisiensi, dan ketepatan. Hasil pengujian nilai *mean*

kategori kualitas pragmatis mendapatkan nilai *mean* 1,80. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pragmatis memiliki nilai evaluasi positif, karena mendapatkan nilai $> 0,8$. Hasil pengujian nilai *mean* pada dimensi kejelasan mendapatkan nilai *mean* 1,868 yang berarti hasilnya mendapatkan evaluasi positif. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh *website* sudah dapat dipahami oleh pengguna. Selanjutnya, dimensi efisiensi mendapatkan nilai *mean* 1,829 yang di mana hal tersebut mendapatkan nilai evaluasi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa *website* dapat digunakan dengan cepat dan efisien oleh pengguna. Pada dimensi ketepatan mendapatkan nilai *mean* 1,711 yang berarti nilai evaluasinya mendapatkan nilai evaluasi positif. Dimensi ketepatan berkaitan dengan keandalan produk ketika digunakan pengguna, sejauh mana *website* dapat dipercaya oleh penggunanya.

Selanjutnya, terdapat kategori kualitas hedonis yang di mana kategori ini menilai sejauh mana *website* memberikan kepuasan emosional bagi pengguna. Hasil perhitungan nilai *mean* pada kategori kualitas hedonis mendapatkan nilai 1,32 yang berarti hasil evaluasinya mendapatkan nilai positif. Kategori kualitas hedonis diukur berdasarkan dua dimensi UEQ, yaitu stimulasi dan kebaruan. Dalam dimensi stimulasi memperoleh nilai *mean* 1,526 yang berarti dimensi ini mendapatkan nilai evaluasi yang positif. Dimensi ini mengukur bagaimana pengguna mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan menarik. Sedangkan, aspek kebaruan mendapatkan nilai *mean* 1,105 yang berarti dimensi ini mendapatkan nilai evaluasi yang positif. Dimensi kebaruan membahas bagaimana produk dapat menarik pengguna melalui fitur dan inovasi yang baru dan menarik.

Sebagai metode pengukuran pendukung, dilakukan analisis data dengan menggunakan perbandingan *benchmark* untuk meningkatkan akurasi analisis pengalaman pengguna dari *website* MBS Pleret Yogyakarta. Dalam gambar 3 maupun tabel 3 terdapat hasil pengukuran *benchmark* menggunakan *ueq data analysis tool*.

Gambar 4. grafik *benchmark* UEQTabel 4. hasil analisis *benchmark*

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,82	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kejelasan	1,87	Good	10% of results better, 75% of results worse

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Efisiensi	1,83	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketepatan	1,71	Excellent	In the range of the 10% best results
Stimulasi	1,53	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	1,11	Above Average	25% of results better, 50% of results worse

Gambar 4 merupakan hasil visualisasi dari hasil *benchmark* dari *website* MBS Pleret dengan *dataset* yang telah tersedia di *UEQ data analysis tool*. Sedangkan tabel 3 merupakan tabel hasil pengelompokan analisis berdasarkan standar interval *benchmark* yang berlaku. Tabel tersebut menjelaskan bahwa dimensi daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan stimulasi mendapatkan nilai *good* atau baik. Artinya *website* MBS Pleret berada di bawah 10% dari produk *benchmark dataset* yang memiliki hasil penilaian lebih baik dan berada di atas 75% dari produk *benchmark dataset* yang memiliki hasil penilaian lebih buruk. Selanjutnya, dimensi ketepatan mendapatkan nilai *excellent* atau unggul. Artinya *website* MBS Pleret termasuk dalam 10% dari produk *benchmark dataset* yang memiliki hasil terbaik. Sedangkan dimensi kebaruan mendapatkan nilai *above average* atau di atas rata-rata. Artinya *website* MBS Pleret berada di bawah 50% dari produk *benchmark dataset* yang memiliki hasil penilaian lebih baik dan berada di atas 25% dari produk *benchmark dataset* yang memiliki hasil penilaian lebih buruk.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode UEQ, dapat disimpulkan bahwa *website* MBS Pleret Yogyakarta memiliki kualitas pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) yang baik, dengan seluruh dimensi UEQ menunjukkan evaluasi positif. Hasil penghitung nilai *mean* yang berdasarkan penilaian 38 responden dari 46 responden yang berpartisipasi. Pengukuran ini dilakukan pada 6 dimensi UEQ, yaitu daya tarik, kejelasan, stimulasi, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan. Perhitungan *mean* mendapatkan nilai positif apabila memiliki nilai $> 0,8$ untuk masing-masing dimensi. Pada dimensi daya tarik (1,820), dimensi kejelasan (1,868), dimensi efisiensi (1,829), dimensi ketepatan (1,711), dimensi stimulasi (1,526), dan dimensi kebaruan (1,105). Berdasarkan nilai tersebut, dimensi daya tarik, kejelasan, stimulasi, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan dapat dikategorikan ke dalam evaluasi nilai positif. Pada analisis menggunakan perbandingan *benchmark dataset* terdapat 4 dimensi yang termasuk dalam kategori *good*, yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan stimulasi. Selanjutnya, dimensi ketepatan

termasuk kategori *excellent*. Sedangkan, dimensi kebaruan termasuk kategori *above average*. Namun, dimensi kebaruan memperoleh nilai yang lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya, meskipun masih dalam kategori positif. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan peningkatan inovasi dalam desain atau fitur agar *website* dapat terus menarik perhatian pengguna dan lebih kompetitif. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola *website* untuk meningkatkan aspek kebaruan, sehingga pengalaman pengguna secara keseluruhan semakin optimal dan memenuhi harapan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. N. Judul, "PE N GUJIA N PE N GALAMA N PE N GGU N A PADA WEBSITE JURUSA N I N FORMATIKA UII ME N GGU N AKA N USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE DA N COGNITIVE," 2023.
- [2] F. Shabri Irawan, F. Azhar Basthomi, M. Nurul Qolbi, and A. Fikri Mubarak, "Evaluasi User Experience Pada Website Program Studi Perpustakaan Dan Ilmu Informasi Uin Malang Dengan Menggunakan Metode User Experience Questionnaire," *J. Mnemon.*, vol. 7, no. 1, pp. 99–107, 2024, doi: 10.36040/mnemonic.v7i1.8874.
- [3] A. Dyah Savitri and C. Indah Ratnasari, "KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Implementasi User Experience Questionnaire (UEQ) untuk Mengevaluasi Pengalaman Pengguna pada UII RAS," *Media Online*, vol. 4, no. 3, pp. 1352–1361, 2023, doi: 10.30865/klik.v4i3.1444.
- [4] S. R. Henim and R. P. Sari, "Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire," *J. Komput. Terap.*, vol. 6, no. 1, pp. 69–78, 2020, doi: 10.35143/jkt.v6i1.3582.
- [5] M. Schrepp, "User Experience Questionnaire Handbook Version 8," *User Exp. Quest.*, no. June, pp. 1–15, 2019, [Online]. Available: www.ueq-online.org
- [6] H. Santoso, M. Schrepp, R. Y. Kartono Isal, A. Yudha Utom, and B. Priyogi, "Measuring the User Experience," *J. Educ. Online*, vol. 13, no. 1, 2016, doi: 10.9743/jeo.2016.1.5.
- [7] A. Maharani, B. Intan, and A. T. Susilo, "JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas) ANALISIS USER EXPERIENCE PADA WEBSITE SMK NEGERI TUGUMULYO BERBASIS USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ)," vol. 6, no. 2, pp. 169–177, 2021.
- [8] I. N. S. W. Wijaya, P. P. Santika, I. B. A. I. Iswara, and I. N. A. Arsana, "Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna PaTik Bali dengan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 8, no. 2, pp. 217–226, 2021, doi: 10.25126/jtiik.2020762763.
- [9] M. Schrepp, A. Hinderks, and A. Hannover, "Design, User Experience, and Usability. Theories, Methods, and Tools for Designing the User Experience," vol. 8517, no. June, 2014, doi: 10.1007/978-3-319-07668-3.
- [10] F. Kesuma Astuti and D. Sri Agustina, "Membangun Website MTS Negeri 01 OKU Timur Menggunakan Php dan Mysql," *Jik*, vol. 13, no. 1, pp. 7–14, 2022.
- [11] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ)," *Int. J. Interact. Multimed. Artif. Intell.*, vol. 4, no. 4, p. 40, 2017, doi: 10.9781/ijimai.2017.445.