

EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA WEBSITE ASTIKOM MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE PLUS (UEQ+)

Ni Putu Intan Karunia Dewi, A.A. Istri Ita Paramitha, I Gst. Agung Pramesti Dwi Putri

Sistem Informasi, Universitas Primakara

Jl. Tukad Badung No.135, Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali

putuintankaruniadewiii@gmail.com

ABSTRAK

Astikom merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *hardware* dan jasa perbaikan. Dalam kegiatan operasional terkhususnya dalam promosi dan penjualan, mereka mengandalkan *website*. Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan dengan pengguna *website* Astikom, ditemukan beberapa permasalahan yakni tampilan *website* yang kurang menarik, tidak adanya ulasan pelanggan, penggunaan bahasa yang tidak konsisten, serta minimnya fitur interaktif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi *website* Astikom dengan menggunakan metode UEQ+ yang melibatkan 15 skala pengukuran yakni *efficiency*, *usefulness*, *perspicuity*, *adaptability*, *dependability*, *intuitive use*, *stimulation*, *novelty*, *trust*, *attractiveness*, *visual aesthetics*, *clarity*, *value*, *trustworthiness of content*, dan *quality of content*. Dalam menentukan sampel untuk karyawan digunakan sampel jenuh dan untuk menentukan sampel *customer* aktif menggunakan *purposive sampling*. Hasil yang diperoleh yakni dari sisi karyawan cenderung menekankan pentingnya tampilan visual, sedangkan *customer* lebih fokus pada kejelasan informasi *website*.

Kata kunci : *Website, Astikom, User Experience, UEQ+, Purposive Sampling, Saturated Sampling*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan [1]. Berdasarkan Portal Informasi Indonesia (2024), penetrasi internet di Indonesia meningkat dari 34,9% pada tahun 2015 menjadi 79,50% pada tahun 2024 atau sekitar 221 juta pengguna [2]. Kondisi ini menuntut *website* tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga mampu memberikan pengalaman pengguna (*User Experience*) yang baik.

Dalam evaluasi *website*, *User Experience* (UX) menjadi aspek penting karena mencerminkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sistem digital [3]. Penelitian terdahulu yang berjudul “Evaluasi Pengalaman Pengguna Cloud-Pms System Guestpro Menggunakan *User Experience Questionnaire Plus*” telah menunjukkan bahwa Cloud-PMS GuestPro dinilai positif, terutama pada aspek *trustworthiness of content*, *quality of content*, dan *trust*. Sementara itu, *visual aesthetic*, *intuitive use*, *novelty*, dan *dependability* memperoleh nilai terendah. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan adanya evaluasi terhadap produk untuk mengetahui persepsi pengguna [4].

Website Astikom merupakan sarana informasi dan pemasaran bagi toko komputer Astikom. Namun, hasil wawancara dengan pengguna dan karyawan menunjukkan adanya beberapa permasalahan UX, antara lain tampilan visual yang kurang menarik, belum tersedianya ulasan pelanggan, minimnya fitur interaktif seperti FAQ, serta ketidakkonsistenan penggunaan bahasa Indonesia dan Inggris. Permasalahan tersebut berpotensi menurunkan kenyamanan dan efektivitas pengguna dalam memperoleh informasi.

Untuk memahami pengaruh berbagai aspek UX terhadap pengalaman pengguna, diperlukan metode evaluasi. Beberapa metode yang umum digunakan adalah *System Usability Scale* (SUS), *User Experience Questionnaire* (UEQ), dan *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+). SUS berfokus pada pengukuran kegunaan secara umum, UEQ mengevaluasi pengalaman pengguna dalam enam aspek utama [5], sedangkan UEQ+ menggunakan 27 skala pengukuran yang lebih komprehensif.

Dalam penelitian ini, evaluasi UX *website* Astikom menggunakan metode UEQ+ karena fleksibilitasnya dalam menyesuaikan parameter evaluasi sesuai kebutuhan penelitian [6]. UEQ+ memungkinkan penambahan dimensi penting dan pengukuran aspek UX yang lebih spesifik, seperti kejelasan informasi, efisiensi, dan estetika visual, sehingga lebih tepat untuk mengidentifikasi permasalahan UX secara mendalam. Penelitian ini menggunakan metode UEQ+ dengan 15 skala pengukuran untuk mengevaluasi pengalaman pengguna *website* Astikom. Hasil evaluasi diharapkan dapat memberikan rekomendasi perbaikan yang terukur guna meningkatkan kualitas UX serta mendukung optimalisasi *website* Astikom sebagai media komunikasi dan pemasaran.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Astikom Komputer

Astikom Komputer merupakan salah satu perusahaan di Bali yang bergerak di bidang penjualan perangkat keras komputer dan layanan jasa perbaikan IT. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 2010.

2.2. Website E-Commerce Astikom Komputer

Dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan memberikan kemudahan bagi pelanggan, Astikom memanfaatkan *website* sebagai media promosi sekaligus platform penjualan produk. Melalui *website* ini, pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai berbagai produk, termasuk melakukan pembelian secara *online*.



Gambar 1. Website Astikom

2.3. User Experience (UX)

User Experience (UX) merupakan pengalaman keseluruhan yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan sistem digital, mencakup aspek kegunaan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna [7]. UX berfokus pada mengidentifikasi permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan pengguna [8].

2.4. Evaluasi User Experience

Tujuan utama dari evaluasi UX adalah untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan suatu produk, *website*, ataupun sistem dari perspektif pengguna, menganalisis tingkat kepuasan mereka terhadap desain dan fungsionalitasnya, serta memberikan rekomendasi perbaikan agar pengalaman pengguna semakin optimal [9].

2.5. User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire merupakan salah satu metode pengukuran yang berfokus pada pengalaman yang dialami oleh pengguna ketika menggunakan sebuah produk [10]. UEQ terdiri dari 6 skala dengan 26 item bipolar [11].

2.6. User Experience Questionnaire Plus (UEQ+)

UEQ+ adalah versi yang lebih fleksibel dari UEQ (User Experience Questionnaire) yang dikembangkan oleh Laugwitz, Schrepp, dan Held [12]. Metode ini banyak digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dengan pendekatan modular. UEQ+ memungkinkan peneliti memilih skala yang paling relevan sesuai dengan produk yang dievaluasi, sehingga hasilnya lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan penelitian [13].

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, yang memungkinkan pengumpulan

data secara sistematis melalui instrumen pengukuran seperti kuesioner [14].

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian terdiri atas 1.080 pengguna *website* Astikom Komputer periode Mei 2024–Mei 2025, meliputi 25 karyawan dan 1.055 customer aktif. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh minimal 292 responden. Sampel *customer* aktif dipilih melalui *purposive sampling* (285 responden), sedangkan seluruh karyawan (25 responden) dilibatkan menggunakan teknik sampel jenuh, sehingga total sampel berjumlah 310 responden.

3.2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah UEQ+ *Data Analysis Tools* dengan 15 skala. Pengukuran dilakukan menggunakan metode *semantic differential* dengan skala tujuh poin, yang merepresentasikan dua kata berlawanan pada setiap ujung skala untuk mengukur persepsi responden terhadap *website* Astikom.

Tabel 1. Skala indikator UEQ+ [15]

Polarity Name	Polarity Value
Very negative	-3
Negative	-2
Slightly negative	-1
Neutral	0
Slightly positive	1
Positive	2
Very Positive	3

Kemudian, juga terdapat standar deviasi yang digunakan untuk menentukan tingkat kesepakatan responden.

Tabel 2. Standar deviasi

Kategori	Skor
High agreement	<0.83
Medium agreement	0.83–1.01
Low agreement	>1.01

Berikut merupakan contoh pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner UEQ+.

Pertanyaan Efisiensi Efficiency								
Gunakan skala 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 7 (Sangat Setuju) untuk menyatakan tingkat persetujuan Anda.								
Apakah Anda dapat menyelesaikan tugas dengan cepat saat menggunakan <i>website</i> Astikom?								
	1	2	3	4	5	6	7	
lambat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	cepat
tidak efisien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	efisien
tidak praktis	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	praktis
tidak terstruktur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	terstruktur
Saya pikir ciri produk yang dijelaskan di atas sebagai								
Sama sekali tidak relevan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat penting

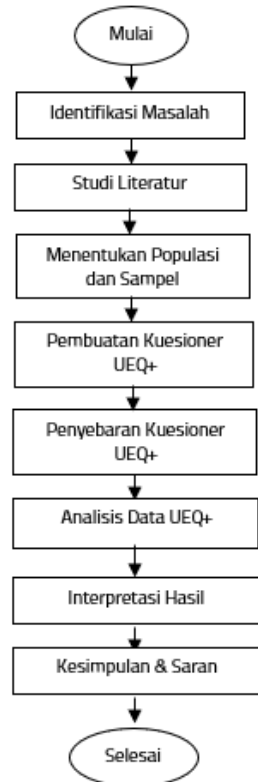
Gambar 2. Contoh pertanyaan kuesioner

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner UEQ+ yang disebarkan kepada responden. Sumber data terdiri atas data primer

yang diperoleh melalui wawancara, observasi, survei, serta pengisian kuesioner UEQ+, dan data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, artikel, *handbook*, serta sumber pendukung lainnya.

3.4. Alur Penelitian



Gambar 3. Alur penelitian

Penelitian diawali dengan identifikasi masalah melalui wawancara dan observasi pengguna aktif *website* Astikom sebagai dasar pemilihan skala UEQ+. Selanjutnya dilakukan studi literatur untuk menentukan metode dan rancangan penelitian. Populasi penelitian berjumlah 1.080 pengguna aktif, dengan jumlah sampel minimum 292 responden berdasarkan rumus Slovin (*margin of error* 5%). Kuesioner UEQ+ disusun sesuai pedoman resmi dan disebarluaskan secara daring menggunakan Google Form. Data dianalisis menggunakan UEQ+ *Data Analysis Tool* berbasis Excel, kemudian diinterpretasikan untuk mengidentifikasi keunggulan serta area perbaikan *website*, yang menjadi dasar penyusunan kesimpulan dan saran.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Data Karyawan

Analisis hasil dimulai dengan dua tabel yang menjadi dasar penentuan prioritas perbaikan. Tabel 3 menampilkan *mean and confidence per scale*, sedangkan Tabel 4 memuat *mean importance ratings* yang mencerminkan sejauh mana responden menilai setiap skala relevan. Skala yang menjadi *prioritas perbaikan* apabila memenuhi kondisi *mean and*

confidence per scale relatif rendah pada Tabel 3 dan *mean importance ratings* relatif tinggi pada Tabel 4.

Tabel 3. *Mean and confidence per scale*

Scale	Mean	Std.dev.	N	Confidence Interval		Gap
Efficiency	0,77	1,04	25	0,36	0,81	1,18
Usefulness	1,18	1,00	25	0,79	0,79	1,57
Perspicuity	1,16	1,06	25	0,75	0,83	1,57
Adaptability	1,03	0,87	25	0,69	0,68	1,37
Dependability	1,35	0,95	25	0,98	0,75	1,72
Intuitive Use	1,19	0,91	25	0,83	0,72	1,55
Stimulation	1,33	1,02	25	0,93	0,80	1,73
Novelty	1,19	0,98	25	0,81	0,77	1,57
Trust	0,91	1,24	25	0,42	0,97	1,40
Attractiveness	1,29	0,91	25	0,93	0,71	1,65
Visual Aesthetics	0,68	1,24	25	0,19	0,97	1,17
Clarity	0,63	1,13	25	0,19	0,88	1,07
Value	0,97	0,96	25	0,59	0,76	1,35
Trustworthiness of Content	1,15	0,99	25	0,76	0,78	1,54
Quality of Content	1,23	1,01	25	0,83	0,79	1,63

Mean tertinggi terdapat pada skala *Dependability* (1,35), dan terendah terdapat pada skala *Clarity* (0,63). Standar deviasi terbesar pada *Trust & Visual Aesthetics* (1,24) dan terkecil pada *Adaptability* (0,87), menunjukkan perbedaan pendapat paling besar pada *Trust/Visual Aesthetics* dan paling konsisten pada *Adaptability*. Lebar CI terluas terdapat pada skala *Trust & Visual Aesthetics* (0,97) dan tersempit *Adaptability* (0,68) menandakan *Adaptability* paling presisi.

Tabel 4. *Mean importance ratings*

Scale	Mean	Std. dev.	N	Confidence Interval		Gap
Efficiency	1,76	0,81	25	1,44	2,08	0,64
Usefulness	1,76	1,11	25	1,33	2,19	0,87
Perspicuity	1,80	0,63	25	1,55	2,05	0,50
Adaptability	1,96	0,77	25	1,66	2,26	0,61
Dependability	1,80	0,75	25	1,51	2,09	0,59
Intuitive Use	1,64	0,74	25	1,35	1,93	0,58
Stimulation	1,76	0,71	25	1,48	2,04	0,56
Novelty	1,80	0,89	25	1,45	2,15	0,70
Trust	2,13	0,85	25	1,80	2,46	0,67
Attractiveness	1,68	0,79	25	1,37	1,99	0,62
Visual Aesthetics	2,24	0,76	25	1,94	2,54	0,60
Clarity	1,64	0,97	25	1,26	2,02	0,76
Value	1,40	0,85	25	1,07	1,73	0,67
Trustworthiness of Content	1,56	0,75	25	1,26	1,86	0,59
Quality of Content	1,56	0,80	25	1,24	1,88	0,63

Skala yang memperoleh nilai *mean* tertinggi adalah *Visual Aesthetics* dengan nilai 2,24, diikuti oleh skala *Trust* dengan nilai 2,08 dan *Adaptability* dengan nilai 1,96. Hasil ini menunjukkan bahwa bagi karyawan, tampilan visual, kepercayaan terhadap

website, dan penyesuaian terhadap preferensi pengguna merupakan faktor paling penting dalam sebuah website. Selain itu, juga dihitung KPI dari masing-masing skala:

Tabel 5. KPI pada karyawan

Keterangan	KPI	STD.DEV
Data ke-1 (<i>Efficiency, Usefulness, Perspicuity, Adaptability, Dependability, Intuitive Use, Stimulation, Novelty, Trust, Attractiveness</i>)	1,14	0,60
Data ke-2 (<i>Visual Aesthetics, Clarity, Value, Trustworthiness of Content, Quality of Content</i>)	0,92	0,66
Total	2,06	1,26
Rata-rata	1,03	0,63

4.2. Hasil Analisis Data Customer Aktif

Analisis pada kelompok *customer* diawali dengan dua tabel, yaitu Tabel 6 yang menampilkan *mean and confidence interval per scale* serta Tabel 7 yang memuat *mean importance ratings*. Skala diprioritaskan untuk perbaikan apabila menunjukkan *mean and confidence interval per scale* relatif rendah dan *mean importance ratings* relatif tinggi.

Tabel 6. *Mean and confidence interval per scale*

Scale	Mean	Std. dev.	N	Confidence Interval	Gap
<i>Efficiency</i>	1,20	1,71	285	1,00 1,39	0,40
<i>Usefulness</i>	1,19	1,66	285	1,00 1,38	0,38
<i>Perspicuity</i>	1,14	1,71	285	0,94 1,34	0,40
<i>Adaptability</i>	1,21	1,72	285	1,01 1,41	0,40
<i>Dependability</i>	1,22	1,67	285	1,02 1,41	0,39
<i>Intuitive Use</i>	1,17	1,71	285	0,97 1,37	0,40
<i>Stimulation</i>	1,21	1,68	285	1,01 1,41	0,39
<i>Novelty</i>	1,22	1,76	285	1,02 1,42	0,41
<i>Trust</i>	1,16	1,97	285	0,94 1,39	0,46
<i>Attractiveness</i>	0,83	1,89	285	0,61 1,05	0,44
<i>Visual Aesthetics</i>	1,16	2,01	285	0,92 1,39	0,47
<i>Clarity</i>	1,13	1,99	285	0,89 1,36	0,46
<i>Value</i>	0,87	1,89	285	0,65 1,09	0,44
<i>Trustworthiness of Content</i>	1,16	1,69	285	0,96 1,36	0,39
<i>Quality of Content</i>	1,28	1,74	285	1,08 1,48	0,40

Analisis standar deviasi dan confidence interval menunjukkan bahwa skala *Visual Aesthetics* memiliki tingkat variasi dan ketidakpastian tertinggi, sedangkan skala *Usefulness* menunjukkan yang paling konsisten. *Confidence interval* tertinggi terdapat pada skala *Visual Aesthetics*. *Confidence interval* terendah terdapat pada skala *Usefulness*, yang menunjukkan bahwa penilaian terhadap kegunaan website relatif lebih rendah.

Tabel 7. *Mean importance ratings*

Scale	Mean	Std. dev.	N	Confidence Interval	Gap
<i>Efficiency</i>	1,52	1,70	285	1,33 1,72	0,39
<i>Usefulness</i>	1,45	1,57	285	1,26 1,63	0,37
<i>Perspicuity</i>	1,51	1,58	285	1,32 1,69	0,37
<i>Adaptability</i>	1,45	1,57	285	1,26 1,63	0,36
<i>Dependability</i>	1,39	1,62	285	1,20 1,58	0,38
<i>Intuitive Use</i>	1,41	1,62	285	1,23 1,60	0,38
<i>Stimulation</i>	1,40	1,65	285	1,21 1,59	0,38
<i>Novelty</i>	1,32	1,60	285	1,13 1,51	0,37
<i>Trust</i>	1,78	1,75	285	1,58 1,98	0,41
<i>Attractiveness</i>	1,23	1,79	285	1,02 1,44	0,41
<i>Visual Aesthetics</i>	1,76	1,82	285	1,55 1,98	0,42
<i>Clarity</i>	1,70	1,84	285	1,49 1,92	0,43
<i>Value</i>	1,25	1,78	285	1,05 1,46	0,41
<i>Trustworthiness of Content</i>	1,39	1,75	285	1,18 1,59	0,41
<i>Quality of Content</i>	1,40	1,58	285	1,22 1,59	0,37

Dari hasil pengukuran pada Tabel 7, dapat dilihat skala dengan tingkat kepentingan tertinggi terdapat pada *Trust* dengan nilai *mean* sebesar 1,78. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sistem dan juga keamanan data menjadi aspek yang paling penting bagi pengguna. Selain itu, skala *Visual Aesthetics* (1,76) dan *Clarity* (1,70) juga memperoleh nilai rata-rata tinggi, yang dimana menandakan bahwa tampilan visual yang menarik serta kejelasan informasi menjadi perhatian penting bagi pengguna. Kemudian, juga dihitung KPI dari masing-masing skala:

Tabel 8. KPI pada customer aktif

Keterangan	KPI	STD.DEV
Data ke-1 (<i>Efficiency, Usefulness, Perspicuity, Adaptability, Dependability, Intuitive Use, Stimulation, Novelty, Trust, Attractiveness</i>)	1,32	1,08
Data ke-2 (<i>Visual Aesthetics, Clarity, Value, Trustworthiness of Content, Quality of Content</i>)	1,46	0,86
Total	2,78	1,94
Rata-rata	1,39	0,97

4.3. Data Items (Data Karyawan)

Data berikut diperoleh dari tabel mean and confidences per scale, yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 9. *Data items* pada karyawan

No	Keterangan	Skala	Mean
1.	Tertinggi	<i>Dependability</i>	1,35
		<i>Stimulation</i>	1,33
		<i>Attractiveness</i>	1,29
2.	Terendah	<i>Clarity</i>	0,63
		<i>Visual Aesthetics</i>	0,68
		<i>Efficiency</i>	0,77

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh bahwa skala dengan nilai tertinggi adalah *Dependability* dengan skor 1,35, diikuti oleh *Stimulation* sebesar

1,33, dan *Attractiveness* sebesar 1,29. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa pengguna menilai *website* Astikom cukup dapat diandalkan, serta memberikan pengalaman yang relatif menyenangkan secara keseluruhan dan menarik saat digunakan.

Sementara itu, skala dengan nilai terendah diperoleh pada *Clarity* dengan skor 0,63, diikuti oleh *Visual Aesthetics* sebesar 0,68, dan *Efficiency* sebesar 0,77. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasa tampilan *website* masih kurang jelas dan kurang menarik secara visual, serta penggunaan fitur pada *website* belum sepenuhnya efisien. Hasil ini sejalan dengan temuan awal bahwa tampilan *website* Astikom masih terkesan standar dan kurang interaktif, sehingga pengguna membutuhkan waktu lebih lama untuk menemukan informasi yang dibutuhkan.

4.4. Data Importance (Data Karyawan)

Data berikut diperoleh dari tabel *Mean Importance Ratings*, yang ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 10. *Data importance* pada karyawan

No	Keterangan	Skala	Mean
1.	Tertinggi	<i>Visual Aesthetics</i>	2,24
		<i>Trust</i>	2,08
		<i>Adaptability</i>	1,96
2.	Terendah	<i>Value</i>	1,40
		<i>Trustworthiness of Content</i>	1,56
		<i>Quality of Content</i>	1,56

Skala yang dinilai paling penting oleh responden adalah *Visual Aesthetics*, *Trust* dan *Adaptability*, yang menunjukkan pentingnya tampilan visual, kepercayaan, dan kemampuan penyesuaian *website*. Sebaliknya, skala dengan nilai *importance* terendah adalah *Value*, serta *Trustworthiness of Content* dan *Quality of Content*. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden lebih memprioritaskan aspek estetika visual, kepercayaan, dan adaptabilitas dibandingkan aspek konten dan nilai yang dirasakan.

4.5. KPI (Data Karyawan)

Berdasarkan Tabel 5, hasil KPI dihitung menggunakan dua set data. Data ke-1 mencakup skala *Efficiency*, *Usefulness*, *Perspicuity*, *Adaptability*, *Dependability*, *Intuitive Use*, *Stimulation*, *Novelty*, *Trust*, dan *Attractiveness* dengan nilai KPI sebesar 2,06. Data ke-2 mencakup skala *Visual Aesthetics*, *Clarity*, *Value*, *Trustworthiness of Content*, dan *Quality of Content* dengan nilai KPI sebesar 1,03. Mengacu pada Tabel 1, nilai KPI 1,03 menunjukkan bahwa penilaian karyawan tergolong cukup positif. Selain itu, standar deviasi keseluruhan menunjukkan nilai 0,60 pada data ke-1 dan 0,66 pada data ke-2, dengan rata-rata standar deviasi sebesar 0,63. Berdasarkan pada Tabel 2, nilai tersebut mengindikasikan tingkat kesepakatan responden yang tinggi (*high agreement*).

4.6. Data Items (Data Customer Aktif)

Data berikut didapatkan dari tabel *Mean and Confidence per Scale* yang ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 11. *Data items* pada customer aktif

No	Keterangan	Skala	Mean
1.	Tertinggi	<i>Quality of Content</i>	1,28
		<i>Dependability & Novelty</i>	1,22
		<i>Adaptability & Stimulation</i>	1,21
2.	Terendah	<i>Attractiveness</i>	0,83
		<i>Value</i>	0,87
		<i>Clarity</i>	1,13

Skala dengan nilai tertinggi adalah *Quality of Content*, diikuti *Dependability* dan *Novelty*, serta *Adaptability* dan *Stimulation* yang menunjukkan bahwa pengguna menilai konten *website* baik, sistem dapat diandalkan, memiliki unsur kebaruan, serta mampu menyesuaikan diri dan memberikan stimulasi positif. Sebaliknya, skala dengan nilai terendah adalah *Attractiveness* dan *Value*, serta *Clarity* yang mengindikasikan perlunya peningkatan pada aspek tampilan visual, persepsi nilai guna, dan kejelasan informasi.

4.7. Data Importance (Data Customer Aktif)

Data berikut didapatkan dari tabel *Mean Importance Ratings* yang ditunjukkan pada Tabel 7.

Tabel 12. *Data importance* pada customer aktif

No	Keterangan	Skala	Mean
1.	Tertinggi	<i>Trust</i>	1,78
		<i>Visual Aesthetics</i>	1,76
		<i>Clarity</i>	1,70
2.	Terendah	<i>Attractiveness</i>	1,23
		<i>Value</i>	1,25
		<i>Trustworthiness of Content & Dependability</i>	1,39

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa skala dengan nilai *mean* tertinggi adalah *Trust* (1,78), diikuti oleh *Visual Aesthetics* (1,76) dan *Clarity* (1,70). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki tingkat kepercayaan terhadap *website*, estetika visualnya, serta informasi yang ditampilkan di dalam *website* dianggap menjadi skala-skala yang penting bagi *customer* aktif.

Sementara itu, skala dengan nilai *mean* terendah adalah *Attractiveness* (1,23), disusul oleh *Value* (1,25) dan *Trustworthiness of Content & Dependability* (1,39). Temuan ini menandakan bahwa aspek daya tarik keseluruhan *website* persepsi, nilai, serta kepercayaan terhadap konten dan juga keandalan *website* tidak dianggap begitu penting oleh *customer* aktif.

4.8. KPI (Data Customer Aktif)

Berdasarkan Tabel 8 telah dijelaskan hasil perhitungan KPI dengan menggunakan 2 data excel. Data ke-1 menunjukkan KPI pada skala *Efficiency*,

Usefulness, Perspicuity, Adaptability, Dependability, Intuitive use, Stimulation, Novelty, Trust, dan Attractiveness. Pada data ke-1 didapatkan KPI sejumlah 1.32. Data ke-2 menunjukkan KPI pada skala *Visual Aesthetics, Clarity, Value, Trustworthiness of Content, dan Quality of Content* dengan KPI sejumlah 1.46. Berdasarkan skala indikator yang ada pada UEQ+, nilai dengan jumlah rata-rata 1.39 mengindikasikan bahwa secara keseluruhan penilaian karyawan terhadap skala-skala yang dievaluasi tergolong cukup positif.

Kemudian, juga dihitung standar deviasi secara keseluruhan yang menunjukkan tingkat kesepakatan antarresponden terhadap skala-skala yang dievaluasi. Pada data ke-1 standar deviasi menunjukkan nilai 1.08 dan data ke-2 dengan nilai 0.86. Jika ditotal maka akan menghasilkan nilai 1.94 dengan standar deviasi rata-rata sejumlah 0.97. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat kesepakatan karyawan tergolong *Medium Agreement*, yang artinya bahwa tingkat jawaban responden terdapat sedikit perbedaan persepsi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, pada kelompok karyawan yang memiliki *data items* rendah tetapi memiliki *importance* tinggi terdapat pada skala *Visual Aesthetics*, sedangkan pada *Customer Aktif* terdapat pada skala *Clarity*. Sehingga dari pihak Astikom yang menjadi fokus perbaikan adalah dari segi estetika visual dan juga kejelasan informasi pada *website*. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan *mixed method* dan mempertimbangkan karakteristik demografis pengguna agar diperoleh pemahaman pengalaman pengguna yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. D. Rafif, N. R. Oktadini, A. E. Meiriza, and P. Putra, "Analisis User Experience Pada Website Dcoding Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, vol. 12, no. 5, p. 3103, 2023.
- [2] P. I. Indonesia, "Menapaki Transformasi Digital: Kominfo dan Langkah Menuju Indonesia Emas 2045." Accessed: Mar. 17, 2025. [Online]. Available: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8639/menapaki-transformasi-digital-kominfo-dan-langkah-menuju-indonesia-emas-2045?lang=1>
- [3] I. T. Handayani, Hafidzah, and U. Yuliani, "Analisis User Experience Pada Aplikasi Threads Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," *Jurnal Ilmiah Teknik*, vol. 3, pp. 19–27, Jan. 2024.
- [4] N. K. A. Vitanandhini, A. A. I. I. Paramitha, and I. G. A. P. D. Putri, "EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA CLOUD-PMS SYSTEM GUESTPRO MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE PLUS," *Jurnal Teknik Informasi dan Komputer (Tekinkom)*, vol. 7, no. 2, p. 873, Dec. 2024, doi: 10.37600/tekinkom.v7i2.1713.
- [5] A. F. Garis, S. Chodidjah, and D. Indayanti, "Analisis Website Vclass Gunadarma Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)," *Portal Riset dan Inovasi Sistem Perangkat Lunak*, vol. 3, no. 1, pp. 1–8, Jan. 2025, doi: 10.59696/prinsip.v3i1.56.
- [6] M. Schrepp and J. Thomaschewski, "Handbook for the modular extension of the User Experience Questionnaire," 2023. [Online]. Available: www.ueq-online.org
- [7] A. P. Wardhanie and E. Rahmawati, "Pengenalan dan Penerapan User Interface and User Experience Design for Beginners," *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, vol. 2, no. 3, pp. 536–544, Dec. 2022, doi: 10.53363/bw.v2i3.129.
- [8] K. Harlim and N. Setiyawati, "Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Majuli Menggunakan Metode Design Thinking," 2022. [Online]. Available: <https://journal-computing.org/index.php/journal-ita/index>
- [9] M. H. Kiswanto, A. Pinandito, and L. Fanani, "Evaluasi Usability dan Perbaikan User Experience Aplikasi BIMO Mahasiswa Menggunakan Usability Testing dengan Pendekatan Human-Centered Design (HCD)," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 1, no. 1, pp. 2548–964, 2017, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [10] H. Dina, M. Dewi, A. Farqi, and A. Pratama, "Evaluasi Perbandingan Pengalaman Pengguna Computer Based Test Pada Test.co.id dan Quizizz Menggunakan Metode UEQ," *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, vol. 3, no. 6, pp. 985–995, 2023, doi: 10.30865/klik.v3i6.918.
- [11] Y. Wijayanti, S. Suyoto, and A. T. Hidayat, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Seluler Visiting Jogja Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)," *Jurnal Janitra Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 10–17, Apr. 2023, doi: 10.25008/janitra.v3i1.169.
- [12] A. Syaiful Huda, A. H. Muhammad, and T. Hidayat, "User Interface Yang Adaptif Pada Kernwerk Mobile App Berbasis Ekstensi Modular UEQ+," *BRIDGE: Jurnal publikasi Sistem Informasi dan Telekomunikasi*, vol. 2, no. 2, 2024.
- [13] Z. Salsabila, F. Halim, A. Febryan First Putra Lumban gaol, and A. Alfredo Hutaaruk, "Penggunaan User Experience Questionnaire Plus (UEQ+) untuk Mengevaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Mypertamina," *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, vol. 7, no. 4, 2023, doi: 10.33395/remik.v7i4.13052.
- [14] E. Rosyidah and E. Masykuroh, "Memahami Strategi dan Mengatasi Tantangan Dalam Penelitian Metode Kuantitatif," *Syntax Idea*, vol. 6, Jun. 2024, doi: 10.36418/syntax-idea.v3i6.1227.
- [15] G. Aditama, B. Soedijono, and A. H. Muhammad, "PENGUKURAN USER EXPERIENCE PENGGUNAAN KRAPYAK-U MENGGUNAKAN FRAMEWORK USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE PLUS," *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, vol. 7, no. 2, 2023