

**ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PADA WEBSITE  
E-COMMERCE  
(STUDI PADA KLIKINDOMARET.COM DAN ALFACART.COM)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:  
Wilda Kusnawati  
NIM: 135150401111034



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
JURUSAN SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2018

## PENGESAHAN

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PADA WEBSITE E-COMMERCE  
(STUDI PADA KLIKINDOMARET.COM DAN ALFACART.COM)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :  
Wilda Kusnawati  
NIM: 135150401111034

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada  
15 Januari 2018  
Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



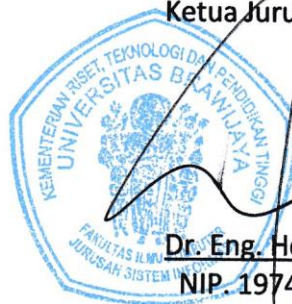
Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd.  
NIP/NIK: 201609 900917 2 001

Dosen Pembimbing II



Aditya Rachmadi, S.ST., M.TI  
NIP/NIK: 201201 860421 1 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Dr. Eng. Herman Tolle, S.T, M.T  
NIP. 19740823 200012 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 15 Januari 2018



Wilda Kusnawati

NIM: 135150401111034

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Website E-Commerce (Studi Pada KlikIndomaret.com dan Alfacart.com”.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama masa pengerjaan skripsi ini. Rasa terimakasih penulis ucapkan sebesar-besarnya kepada:

1. Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si, M.T, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya dan memberikan informasi selama menjadi dosen penasehat akademik dalam penyusunan skripsi ini.
2. Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya yang memberikan informasi selama menjadi dosen penasehat akademik dalam penyusunan skripsi ini.
3. Suprpto ST., MT. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya dan memberikan informasi selama menjadi dosen penasehat akademik dalam penyusunan skripsi ini.
4. Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing satu yang telah berkenan dalam memberikan petunjuk, arahan, serta bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Aditya Rachmadi, S.ST., M.TI selaku pembimbing dua yang telah berkenan memberikan sumbangsih pemikiran, petunjuk, arahan serta bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Ayah, Ibu serta kakak yang selalu memberikan motivasi, doa, nasihat, serta dukungan moril dan materil kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan (Lestari, Baiqsa, Putri, Dewi, Fida, Aldy, Zhela, Bambang, Zulfi) serta teman-teman dari Schwestern.ent yang telah memberi dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu.
8. Teman-teman Sistem Informasi angkatan 2013 atas semua bantuan dan kerja sama selama masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung demi terselesaikannya tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan materi dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat membantu pembaca.

Malang, 10 Januari 2018

Penulis

Wildakusnawati@gmail.com

## ABSTRAK

Penggunaan internet di Indonesia sudah tak dapat dihindarkan, tak terkecuali bagi para pelaku bisnis yang menggunakan internet sebagai media promosi, pembelian, penjualan juga informasi suatu produk. Banyaknya *e-commerce* di Indonesia menjadi bukti jika pelaku bisnis mulai berpindah menuju bisnis secara *online*. Banyaknya penggunaan *e-commerce* ini membuat dua perusahaan yang bergerak di bidang minimarket yaitu indomaret dan alfamart mulai membuat *website* mereka. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dua *e-commerce* yang memiliki karakteristik dan proses bisnis yang sama dalam memudahkan pengguna dari sisi kegunaan juga pengalaman pengguna dengan menggunakan media website *klikindomaret.com* dan *alfacart.com*. Terdapat 2 metode dalam analisis pengalaman pengguna kedua *website* ini, yaitu analisis secara subjektif dengan menggunakan kuesioner UEQ yang memiliki 6 skala yaitu: *attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation* dan *novelty* kepada sebanyak 20 responden dan analisis secara objektif dengan cara menguji responden secara langsung dalam penggunaan *website* menggunakan skenario dengan *parameter task success rate, time per completed task, number of clicks during task completion* dan *error during task performance* kepada 6 responden. Responden merupakan mahasiswa dengan rentang usia 18-24 tahun yang belum pernah mengoperasikan kedua *website* ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada penelitian subjektif, responden memberikan impresi yang cenderung positif dengan nilai rata-rata yang mencapai level positif (*good*) dengan skala mencapai bahkan melebihi 0,8. Untuk penelitian objektif menunjukkan nilai keberhasilan yang cukup tinggi dari responden meskipun mereka baru pertama kali mengoperasikan *website* tersebut.

Kata kunci: analisis, pengalaman pengguna, *website*, *e-commerce*, UEQ

## ABSTRACT

*The use of internet in Indonesia is inevitable, not least for business people who use the internet as a media campaign, purchase, sale also information of a product. The number of e-commerce in Indonesia to be evidence if the business people began to move their business to online business. The number of use in e-commerce makes two companies engaged in the field of minimarkets indomaret and alfamart start to create their website. This study aims to compare two e-commerce that has characteristics and business processes are the same in how them facilitating users from the usability side also from user experience side with using media website klikindomaret and alfamart. There are 2 method of analysis to analyze the data that was subjectively by distributing Questionnaire from User Experience Questionnaire (UEQ) which has 6 scales: attractiveness, efficiency, perspicuity, dependability, stimulation and novelty to 20 respondents and objectively by testing the respondent directly in website usage using scenario with parameter task success rate, time per completed task, number of clicks during task competence and error during task performance to 6 respondents. Respondents are students from 18-24 years old who have never operated these two websites. The results of the analysis showed that in the subjective research the respondents gave positive tendency impression with the average value reaching the positive level with the scale reaching even exceed 0.8. For objective research shows a high success rate of respondents even though they are the first time to operate the website*

**Keywords:** *analysis , user experience, website, e-commerce, UEQ*

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	3
1.3 Tujuan .....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Batasan masalah .....	4
1.6 Sistematika pembahasan .....	5
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN .....	6
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 E-Commerce.....	9
2.2.2 KlikIndomaret.com.....	10
2.2.3 Alfacart.com .....	14
2.2.4 Interaksi Manusia dan Komputer (IMK).....	17
2.2.5 Pengalaman Pengguna ( <i>User Experience</i> ).....	17
2.2.6 User Experience Questionnaire (UEQ).....	21
BAB 3 METODOLOGI .....	25
3.1 Tipe Penelitian .....	25
3.2 Tahapan Penelitian .....	25
3.2.1 Studi Literatur .....	26
3.2.2 Penentuan Parameter Analisis.....	26



3.2.3 Analisis dan Pengolahan Data .....	28
3.2.4 Analisis Data dan Pembahasan .....	30
3.2.5 Kesimpulan .....	31
BAB 4 Analisis dan pengolahan data.....	32
4.1 Identifikasi Pengguna.....	32
4.1.1 Kriteria Responden.....	32
4.2 Pengumpulan data.....	33
4.2.1 Skenario Tugas .....	33
4.2.2 Tabel <i>Checklist</i> .....	34
4.2.3 Data Responden .....	36
4.2.4 Hasil Pengujian Skenario .....	38
4.2.5 Hasil Kuesioner <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> .....	44
BAB 5 analisis dan PEMBAHASAN .....	51
5.1 Analisis Hasil Pengujian skenario.....	51
5.1.1 <i>Task Success Rate</i> .....	51
5.1.2 <i>Time Per Completed Task</i> .....	53
5.1.3 <i>Number of Clicks During Task Completion</i> .....	55
5.1.4 <i>Error During Task Performace</i> .....	57
5.2 Analisis Hasil Kuesioner UEQ .....	59
5.3 Hasil Perbandingan Analisis <i>Website</i> <i>Klikindomaret.com</i> dan <i>Alfacart.com</i> .....	66
5.3.1 Hasil perbandingan pengujian skenario.....	66
5.3.2 Hasil Perbandingan Kuesioner UEQ .....	67
BAB 6 Penutup .....	69
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN A DESKRIPSI LENGKAP KUESIONER.....	74
LAMPIRAN B RINCIAN SKENARIO .....	81
LAMPIRAN C KUESIONER OLEH RESPONDEN.....	87
LAMPIRAN D VALIDASI AHLI KUESIONER .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Task Success Rate</i> .....	19
Tabel 2.2 <i>Time on Task</i> .....	21
Tabel 3.1 Parameter Analisis Pengujian.....	26
Tabel 3.2 Parameter Analisis Kuesioner .....	27
Tabel 3.3 Daftar tugas beserta keterangan .....	28
Tabel 4.1 Kelompok Pengguna <i>Website</i> .....	32
Tabel 4.2 Skenario Tugas.....	34
Tabel 4.3 <i>Checklist</i> penilaian parameter <i>Task Success Rate</i> .....	34
Tabel 4.4 <i>Checklist</i> penilaian parameter <i>Time per Completed Task</i> .....	35
Tabel 4.5 <i>Checklist</i> penilaian parameter <i>Number of Clicks During Task Completion</i> .....	35
Tabel 4.6 <i>Checklist</i> penilaian parameter <i>Error During Task Performance</i> .....	35
Tabel 4.7 Daftar responden pengujian skenario <i>Klikindomaret.com</i> .....	36
Tabel 4.8 Daftar responden kuesioner <i>Klikindomaret.com</i> .....	36
Tabel 4.9 List responden <i>klikindomaret.com</i> .....	37
Tabel 4.10 Daftar responden kuesioner <i>Alfacart.com</i> .....	37
Tabel 4.11 Hasil <i>Task Success Rate</i> <i>Klikindomaret.com</i> .....	39
Tabel 4.12 Hasil <i>Time per Completed Task</i> <i>Klikindomaret.com</i> .....	39
Tabel 4.13 Hasil <i>Number of Clicks During Task Completion</i> <i>Klikindomaret.com</i> ..	40
Tabel 4.14 Hasil <i>Error During Task Performance</i> <i>Klikindomaret.com</i> .....	41
Tabel 4.15 Hasil <i>Task Success Rate</i> <i>Alfacart.com</i> .....	42
Tabel 4.16 Hasil <i>Time per Completed Task</i> <i>Alfacart.com</i> .....	42
Tabel 4.17 Hasil <i>Number of Clicks During Task Completion</i> <i>Alfacart.com</i> .....	43
Tabel 4.18 Hasil <i>Error During Task Performance</i> <i>Alfacart.com</i> .....	44
Tabel 5.1 Pembagian warna skala UEQ.....	59
Tabel 5.2 Status level mean (rata-rata).....	61
Tabel 5.3 Perbandingan pengujian skenario.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Asia.....	1
Gambar 2.1 Model Framework.....	7
Gambar 2.2 Model Framework Evaluasi Website Penerbangan.....	8
Gambar 2.3 Tampilan <i>website</i> klikindomaret.com bagian atas.....	12
Gambar 2.4 Tampilan <i>website</i> klikindomaret.com bagian bawah.....	13
Gambar 2.5 Jangkauan layanan Alfacart.com.....	14
Gambar 2.6 Tampilan <i>website</i> alfacart.com bagian atas.....	15
Gambar 2.7 Tampilan <i>website</i> alfacart.com bagian bawah.....	16
Gambar 2.8 Rumus <i>Task Success Rate</i> .....	19
Gambar 2.9 Rumus <i>Error Rate</i> .....	20
Gambar 2.10 Rumus <i>Error Occurrence Rate</i> .....	20
Gambar 2.11 Struktur skala pada UEQ.....	22
Gambar 2.12 Contoh Item Kuesioner UEQ.....	23
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Jawaban kuesioner klikindomaret.com.....	46
Gambar 4.2 Jawaban kuesioner alfacart.com.....	47
Gambar 4.3 Konversi nilai jawaban klikindomaret.com.....	48
Gambar 4.4 Konversi nilai jawaban alfacart.com.....	48
Gambar 4.5 Skala mean tiap individu pada klikindomaret.com.....	49
Gambar 4.6 Skala mean tiap individu pada alfacart.com.....	50
Gambar 5.1 Grafik <i>Task Success</i> KlikIndomaret.com.....	51
Gambar 5.2 Grafik <i>Task Success</i> Alfacart.com.....	52
Gambar 5.3 Grafik <i>Task Success Rate</i> kedua <i>website</i> .....	52
Gambar 5.4 Grafik <i>Geo Mean</i> KlikIndomaret.com.....	53
Gambar 5.5 Grafik <i>Geo Mean</i> Alfacart.com.....	54
Gambar 5.6 Grafik <i>Time per Completed Task</i> kedua <i>website</i> .....	54
Gambar 5.7 Grafik <i>Mean of total clicks</i> Klikindomaret.com.....	55
Gambar 5.8 Grafik <i>Mean of total clicks</i> Alfacart.com.....	56
Gambar 5.9 Grafik <i>geo mean</i> kedua <i>website</i> .....	56
Gambar 5.10 Grafik <i>error rate</i> klikindomaret.com.....	57

Gambar 5.11 Grafik <i>error rate</i> alfacart.com .....	58
Gambar 5.12 Grafik <i>global error rate</i> kedua <i>website</i> .....	58
Gambar 5.13 Rata-rata, varian, simpangan baku klikindomaret.com.....	60
Gambar 5.14 Rata-rata, varian, simpangan baku alfacart.com .....	60
Gambar 5.15 Nilai rata-rata setiap item klikindomaret.com.....	62
Gambar 5.16 Nilai rata-rata keseluruhan skala klikindomaret.com .....	62
Gambar 5.17 Nilai rata-rata setiap item alfacart.com .....	63
Gambar 5.18 Nilai rata-rata keseluruhan skala alfacart.com .....	64
Gambar 5.19 Grafik nilai rata-rata keseluruhan skala klikindomaret.com.....	65
Gambar 5.20 Grafik nilai rata-rata keseluruhan skala alfacart.com .....	65
Gambar 5.21 Nilai hasil kedua <i>website</i> .....	67
Gambar 5.22 Grafik perbandingan hasil kedua <i>website</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DESKRIPSI LENGKAP KUESIONER.....	74
LAMPIRAN B RINCIAN SKENARIO.....	81
LAMPIRAN C KUESIONER OLEH RESPONDEN.....	87
LAMPIRAN D VALIDASI AHLI KUESIONER.....	91