

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan ini akan dijelaskan tentang hasil analisis pengujian skenario dan juga analisis kuesioner UEQ pada responden *website* Klikindomaret.com dan Alfacart.com yang telah dilakukan. Selanjutnya akan diberikan hasil perbandingan terkait hasil pengujian skenario dan juga kuesioner *user experience* kedua *website* tersebut.

5.1 Analisis Hasil Pengujian skenario

Pada sub bab ini akan diberikan penjabaran dan juga rangkuman dari hasil pengujian skenario yang telah dilakukan terhadap enam responden pada *website* klikindomaret.com dan alfacart.com. Terdapat 4 aspek penilaian pada pengujian ini yaitu *Task Success Rate*, *Time Per Completed Task*, *Number of Clicks During Task Completion*, serta *Error During Task Performance*.

5.1.1 Task Success Rate

Metrik *Task Success Rate* merupakan salah satu aspek yang dilakukan saat pengujian. Semakin tinggi nilai hasil aspek ini, maka semakin baik pula *user experience* pada *website* tersebut. Hasil pengujian ini telah dijabarkan pada tabel 4.11 untuk hasil pengujian pada *website* klikindomaret.com dan 4.15 untuk hasil pengujian *website* alfacart.com. Berikut merupakan rangkuman dari kedua hasil pengujian *Task Success Rate*.



Gambar 5.1 Grafik Task Success KlikIndomaret.com

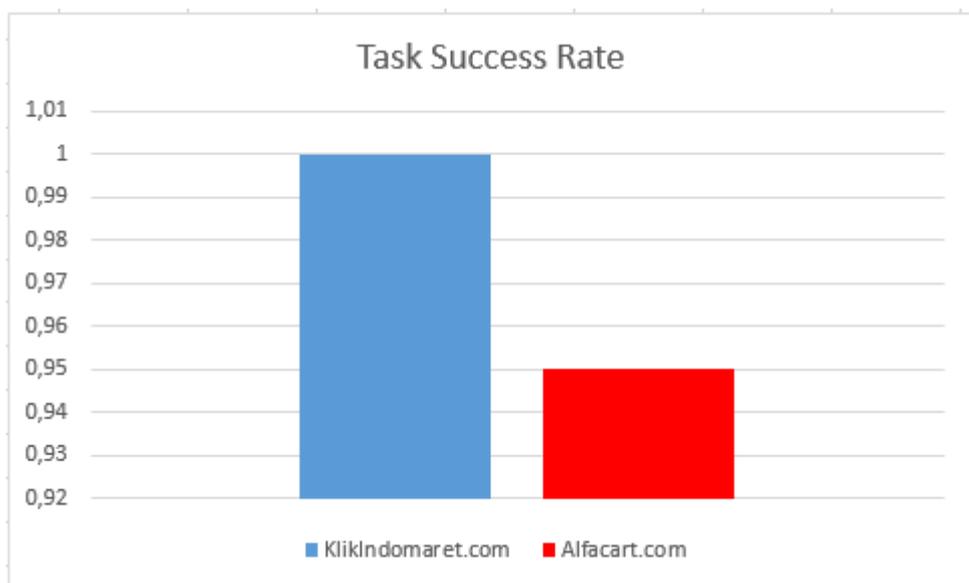
Pada gambar 5.1 menunjukkan grafik hasil rangkuman *Task Success* pada KlikIndomaret.com yang berisikan semua tugas berhasil dilakukan oleh responden saat pengujian berlangsung.



Gambar 5.2 Grafik *Task Success* Alfacart.com

Pada gambar 5.2 ditunjukkan rangkuman grafik dari hasil rangkuman pengujian *task success* pada website Alfacart.com. Terlihat satu nilai yang berbeda dari yang lain yaitu pada tugas 2, hal ini dikarenakan terdapat satu responden tidak berhasil saat menyelesaikan tugasnya.

Setelah diketahui *task success* pada semua responden disetiap tugasnya, akan di hitung rata-ratanya pada *task success rate* masing-masing hasil pengujian di kedua *website*. Hasil *task success rate* pada kedua website akan dirangkum pada gambar 5.3 berikut:



Gambar 5.3 Grafik *Task Success Rate* kedua *website*

Pada gambar 5.3 menunjukkan jika hasil *Task Success Rate* dari website *Klikindomaret.com* lebih tinggi dibandingkan dengan hasil *Task Success Rate* milik *Alfacart.com*. Dapat dilihat dari nilai yang didapatkan yaitu 1 untuk *Klikindomaret.com*, ini dikarenakan semua responden berhasil menyelesaikan tugas mereka. Sedangkan *Alfacart.com* mendapat nilai 0,95 hal ini dikarenakan terdapat satu responden yang gagal menyelesaikan 1 tugas nya.

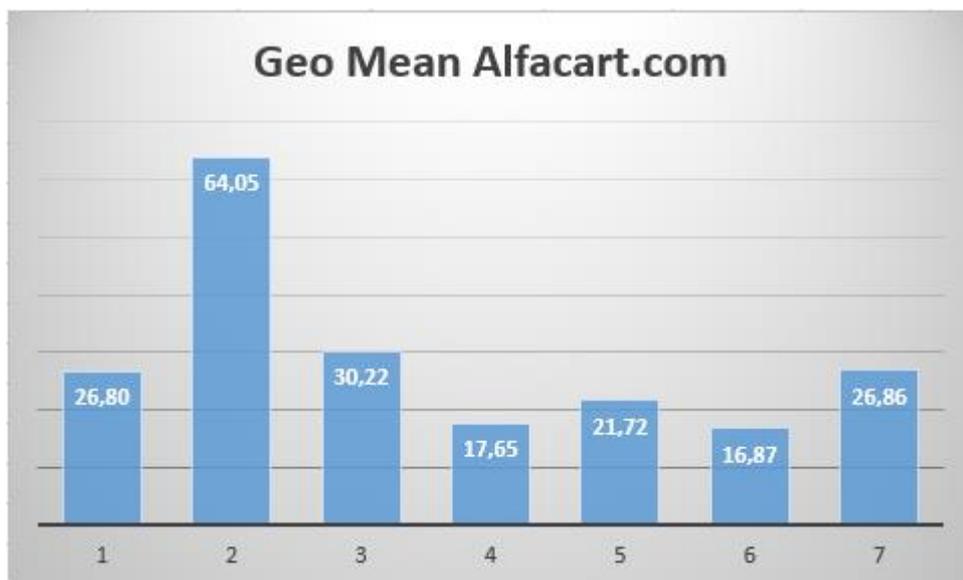
5.1.2 Time Per Completed Task

Time per Completed Task merupakan metrik yang digunakan untuk mengukur waktu yang digunakan oleh responden dalam menyelesaikan tugas yang diberikan. Semakin sedikit waktu yang dibutuhkan dalam penyelesaian tugas, maka semakin efisien *website* tersebut. Hasil *time per completed task* dapat dilihat pada tabel 4.12 untuk *website* *klikindomaret.com* dan 4.16 untuk hasil pengujian *alfacart.com*. Berikut merupakan rangkuman hasil pengujian terhadap kedua *website*:



Gambar 5.4 Grafik Geo Mean KlikIndomaret.com

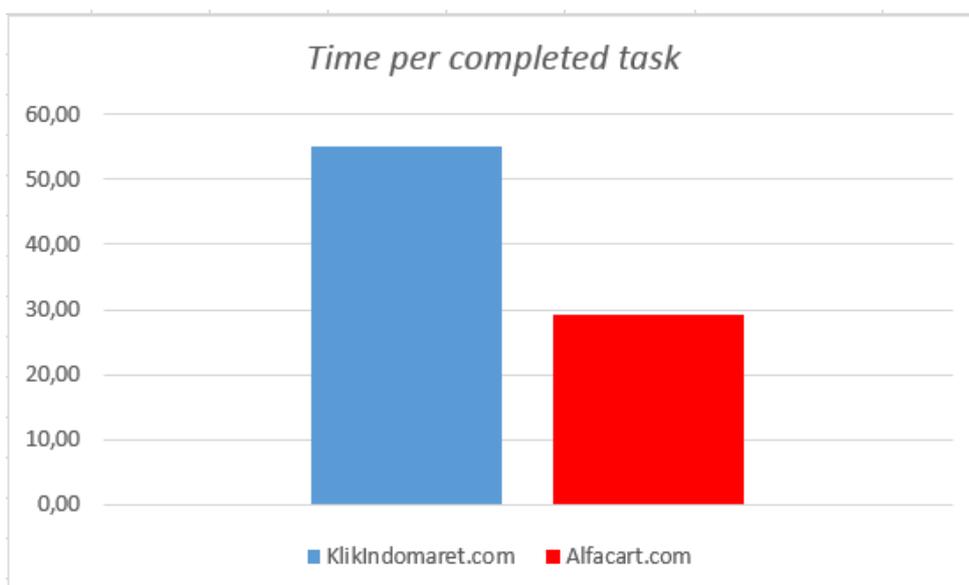
Pada gambar 5.4 telah ditunjukkan hasil rangkuman *Geo Mean* semua responden di setiap tugas yang mereka terima. Tugas 6 menjadi tugas yang paling cepat diselesaikan, sedangkan tugas kedua menjadi tugas yang memakan waktu lama dalam penyelesaiannya.



Gambar 5.5 Grafik *Geo Mean* Alfacart.com

Pada gambar 5.5 ditunjukkan jika *geo mean* pada *website* alfacart.com. Tugas 6 menjadi tugas yang paling cepat diselesaikan, sedangkan tugas 2 menjadi tugas yang memakan waktu cukup lama untuk diselesaikan.

Jika sudah diketahui nilai *geo mean* pada masing-masing *website*, selanjutnya akan ditunjukkan hasil dari *Global Geo Mean* dari kedua *website*, *Global geo mean* didapatkan dari rata-rata *geo mean* di setiap *websitenya*. Berikut merupakan rangkuman hasil *global geo mean* dari kedua *website*:



Gambar 5.6 Grafik *Time per Completed Task* kedua *website*

Gambar 5.6 menunjukkan jika hasil dari *time per completed task* milik alfacart.com lebih rendah dengan nilai mencapai 29,17 dibandingkan dengan hasil milik klikindomaret.com yang mencapai nilai 55,21. Hal ini menunjukkan jika tugas dapat diselesaikan lebih cepat pada website alfacart.com yang membuat website alfacart.com lebih efisien dibandingkan klikindomaret.com.

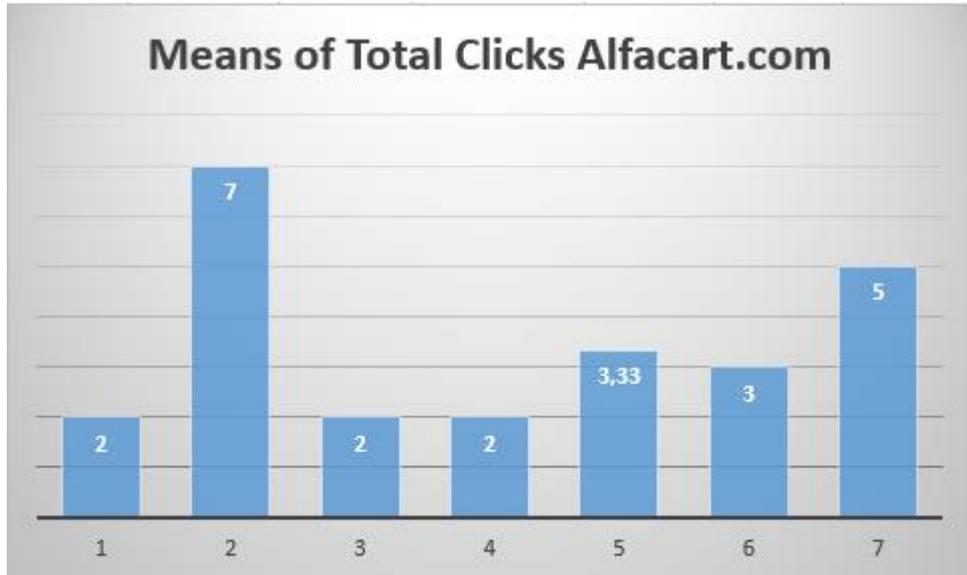
5.1.3 Number of Clicks During Task Completion

Number of Clicks During Task Completion adalah aspek yang digunakan untuk mengukur jumlah “klik” yang dilakukan oleh responden saat menyelesaikan tugas yang diberikan. Hasil dari pengujian *number of clicks during task completion* pada website klikindomaret.com bisa dilihat pada tabel 4.13, sedangkan untuk hasil pengujian pada website alfacart.com bisa dilihat pada tabel 4.17. Rangkuman hasil pengujian ini akan ditunjukkan dalam gambar 5.6 dan 5.7 sebagai berikut:



Gambar 5.7 Grafik Mean of total clicks Klikindomaret.com

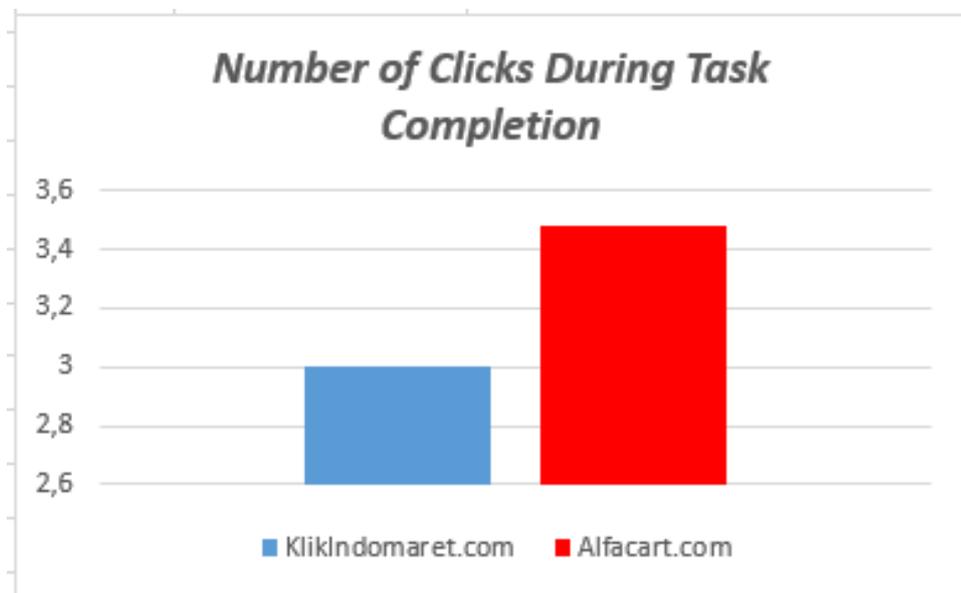
Pada gambar 5.6 menunjukkan jika ada tiga tugas yang mendapat nilai mean terendah yaitu pada tugas 1,3 dan 6. Sedangkan untuk nilai tertinggi ada pada tugas 2 dengan nilai 5.



Gambar 5.8 Grafik Mean of total clicks Alfacart.com

Telah dijelaskan pada gambar 5.6 jika tugas yang mendapat nilai terendah berada pada tugas 1,3 dan 4 dengan nilai 2. Untuk nilai tertinggi berada pada tugas dua dengan nilai 7.

Hasil *mean of total clicks* dari setiap tugas di kedua website akan di hitung rata-ratanya lalu akan dijabarkan dalam bentuk grafik yang berisikan nilai *geo mean* kedua *website* seperti yang terlihat pada gambar 5.7 berikut:



Gambar 5.9 Grafik geo mean kedua website

Grafik yang diperlihatkan pada gambar 5.7 menjelaskan jika nilai *geo mean* yang terendah berada pada *website* klikindomaret.com dengan nilai 3. Sedangkan *website* alfacart.com sendiri mendapat nilai 3,48 sehingga hasilnya lebih tinggi.

5.1.4 Error During Task Performace

Aspek *Error During Task Performance* merupakan metrik yang digunakan untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang terjadi atau dilakukan oleh responden saat berlangsungnya pengujian skenario. Untuk hasil pengujian aspek ini lengkapnya telah dijabarkan pada tabel 4.14 untuk hasil pengujian pada *website* klikindomaret.com dan tabel 4.18 untuk hasil pengujian pada *website* alfacart.com. Rangkuman hasil yang sudah dijabarkan tersebut akan ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar 5.10 Grafik *error rate* klikindomaret.com

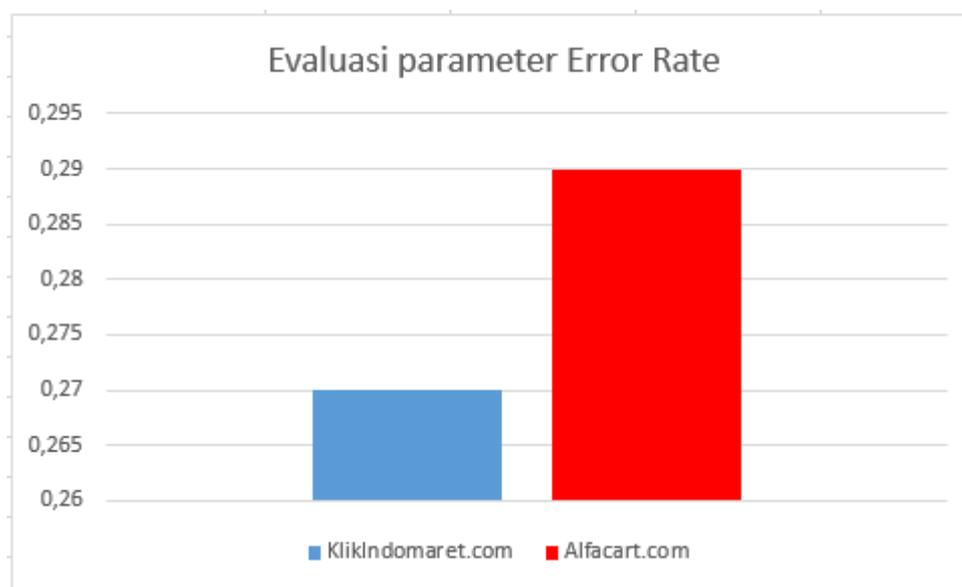
Ditunjukkan pada gambar 5.8 jika tidak terjadi kesalahan satupun pada tugas 1,3,5 dan 6 sehingga membuat nilai *error ratenya* menjadi 0. Sedangkan untuk nilai *error rate* pada *website* klikindomaret ini berada pada tugas kedua.



Gambar 5.11 Grafik *error rate* alfacart.com

Pada gambar 5.9 ditunjukkan hasil rangkuman dari pengujian *error during task performance* pada *website* alfacart.com. Terdapat empat tugas yang tidak mengalami kesalahan apapun yaitu tugas 1, 3, 4, dan 6. Sedangkan *error rate* dengan nilai tertinggi pada tugas dua.

Semua nilai *error rate* yang sudah didapatkan akan dihitung rata-rata pada setiap *website*. Hasil dari rata-rata itu dinamakan dengan *global error rate*. Global error rate akan dirangkum pada gambar 5.10 berikut:



Gambar 5.12 Grafik *global error rate* kedua *website*

Pada gambar 5.10 ditunjukkan jika *global error rate* tertinggi terjadi pada *website* alfacart.com dengan nilai 0,29 sedangkan klikindomaret.com mendapat nilai 0,27.

5.2 Analisis Hasil Kuesioner UEQ

Pada sub bab ini akan dijelaskan hasil dari kuesioner UEQ yang telah diberikan dan diisi oleh 40 responden. Untuk responden ini sendiri di bagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok kuesioner klikindomaret.com dengan 20 responden dan kelompok alfacart.com dengan jumlah 20 responden. Sebelumnya data-data dari jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden telah dikonversikan dalam bentuk bobot-bobot nilai yang bisa dilihat pada gambar 4.3 untuk hasil konversi jawaban responden klikindomaret.com dan pada gambar 4.4 untuk hasil konversi dari jawaban responden alfacart.com.

Dari jawaban-jawaban yang telah dikonversikan menjadi bobot-bobot nilai tersebut akan dilakukan perhitungan mean , varian dan juga *standard deviation* (simpangan baku). Pada setiap pernyataan-pernyataan itu akan dibedakan dengan enam warna sesuai dengan jumlah skala yang ada di UEQ yaitu *Attractiveness* , *Efficiency*, *Percpicuity*, *Dependability*, *Stimulation* dan juga *Novelty*. Pembagian warna yang digunakan dan skala yang mewakilinya akan menjadi sebagai berikut:

Tabel 5.1 Pembagian warna skala UEQ

No.	Skala	Warna
1.	<i>Attractiveness</i>	
2.	<i>Efficiency</i>	
3.	<i>Percpicuity</i>	
4.	<i>Dependability</i>	
5.	<i>Stimulation</i>	
6.	<i>Novelty</i>	

Pada tabel 5.1 telah ditunjukkan warna-warna yang akan digunakan untuk menggambarkan enam skala yang terdapat pada kuesioner UEQ. Warna orange digunakan untuk skala *Attractiveness*, warna biru muda untuk *Efficiency*, warna hijau digunakan untuk *Percpicuity*, warna biru tua digunakan untuk *Dependability*, *Stimulation* menggunakan warna kuning, terakhir yaitu warna ungu digunakan oleh *Novelty*. Hasil dari perhitungan mean, varian dan simpangan baku dari kedua website akan ditunjukkan pada gambar 5.11 dan 5.12 berikut:

Item	Mean	Variance	Std. Dev.	No.	Left	Right	Skale
1	↑ 1,2	1,4	1,2	20	annoying	enjoyable	Attractiveness
2	↑ 1,6	1,4	1,2	20	not understandable	understandable	Perspicuity
3	→ 0,6	1,5	1,2	20	creative	dull	Novelty
4	↑ 0,8	3,0	1,7	20	easy to learn	difficult to learn	Perspicuity
5	↑ 1,1	3,4	1,8	20	valuable	inferior	Stimulation
6	→ 0,4	1,6	1,3	20	boring	exciting	Stimulation
7	→ 0,7	1,6	1,3	20	not interesting	interesting	Stimulation
8	→ 0,3	1,6	1,3	20	unpredictable	predictable	Dependability
9	→ 0,3	1,8	1,3	20	fast	slow	Efficiency
10	→ 0,5	1,5	1,2	20	inventive	conventional	Novelty
11	↑ 1,4	1,1	1,0	20	obstructive	supportive	Dependability
12	↑ 1,4	2,4	1,5	20	good	bad	Attractiveness
13	→ 0,6	2,5	1,6	20	complicated	easy	Perspicuity
14	↑ 0,9	1,3	1,1	20	unlikable	pleasing	Attractiveness
15	↑ 1,1	2,6	1,6	20	usual	leading edge	Novelty
16	↑ 0,9	1,5	1,2	20	unpleasant	pleasant	Attractiveness
17	↑ 0,8	1,3	1,2	20	secure	not secure	Dependability
18	→ 0,5	2,9	1,7	20	motivating	demotivating	Stimulation
19	↑ 0,9	1,7	1,3	20	meets expectations	does not meet expectations	Dependability
20	↑ 1,7	1,1	1,0	20	inefficient	efficient	Efficiency
21	↑ 0,9	2,5	1,6	20	clear	confusing	Perspicuity
22	↑ 1,2	1,9	1,4	20	impractical	practical	Efficiency
23	↑ 1,0	1,6	1,3	20	organized	cluttered	Efficiency
24	↑ 0,9	1,2	1,1	20	attractive	unattractive	Attractiveness
25	↑ 1,0	1,8	1,4	20	friendly	unfriendly	Attractiveness
26	→ 0,6	3,3	1,8	20	conservative	innovative	Novelty

Gambar 5.13 Rata-rata, varian, simpangan baku klikindomaret.com

Item	Mean	Variance	Std. Dev.	No.	Left	Right	Skale
1	→ 0,8	0,8	0,9	20	annoying	enjoyable	Attractiveness
2	↑ 1,4	1,5	1,2	20	not understandable	understandable	Perspicuity
3	→ 0,4	1,9	1,4	20	creative	dull	Novelty
4	↑ 1,2	1,1	1,1	20	easy to learn	difficult to learn	Perspicuity
5	→ 0,4	1,9	1,4	20	valuable	inferior	Stimulation
6	→ 0,2	0,7	0,8	20	boring	exciting	Stimulation
7	→ 0,4	1,1	1,0	20	not interesting	interesting	Stimulation
8	→ 0,4	1,2	1,1	20	unpredictable	predictable	Dependability
9	↑ 1,2	0,8	0,9	20	fast	slow	Efficiency
10	→ 0,1	0,7	0,8	20	inventive	conventional	Novelty
11	↑ 1,3	0,6	0,8	20	obstructive	supportive	Dependability
12	↑ 1,4	0,6	0,7	20	good	bad	Attractiveness
13	↑ 1,1	1,3	1,1	20	complicated	easy	Perspicuity
14	→ 0,3	0,4	0,7	20	unlikable	pleasing	Attractiveness
15	↑ 1,2	2,0	1,4	20	usual	leading edge	Novelty
16	→ 0,6	0,7	0,8	20	unpleasant	pleasant	Attractiveness
17	→ 0,8	1,0	1,0	20	secure	not secure	Dependability
18	→ 0,3	1,6	1,3	20	motivating	demotivating	Stimulation
19	→ 0,6	0,7	0,8	20	meets expectations	does not meet expectations	Dependability
20	↑ 1,4	1,4	1,2	20	inefficient	efficient	Efficiency
21	↑ 1,3	0,7	0,9	20	clear	confusing	Perspicuity
22	↑ 1,1	1,6	1,3	20	impractical	practical	Efficiency
23	↑ 1,1	0,7	0,9	20	organized	cluttered	Efficiency
24	↑ 0,9	0,7	0,8	20	attractive	unattractive	Attractiveness
25	↑ 1,1	0,7	0,8	20	friendly	unfriendly	Attractiveness
26	→ 0,6	1,0	1,0	20	conservative	innovative	Novelty

Gambar 5.14 Rata-rata, varian, simpangan baku alfacart.com

Pada gambar 5.11, ditunjukkan hasil dari perhitungan rata-rata, varian dan juga simpangan baku dari setiap item pernyataan pada UEQ yang telah diisi oleh 20 responden dari website klikindomaret.com. Sedangkan pada gambar 5.12 telah ditunjukkan hasil perhitungan dari rata-rata, varian, dan simpangan baku dari setiap item pernyataan UEQ pada responden alfacart.com.

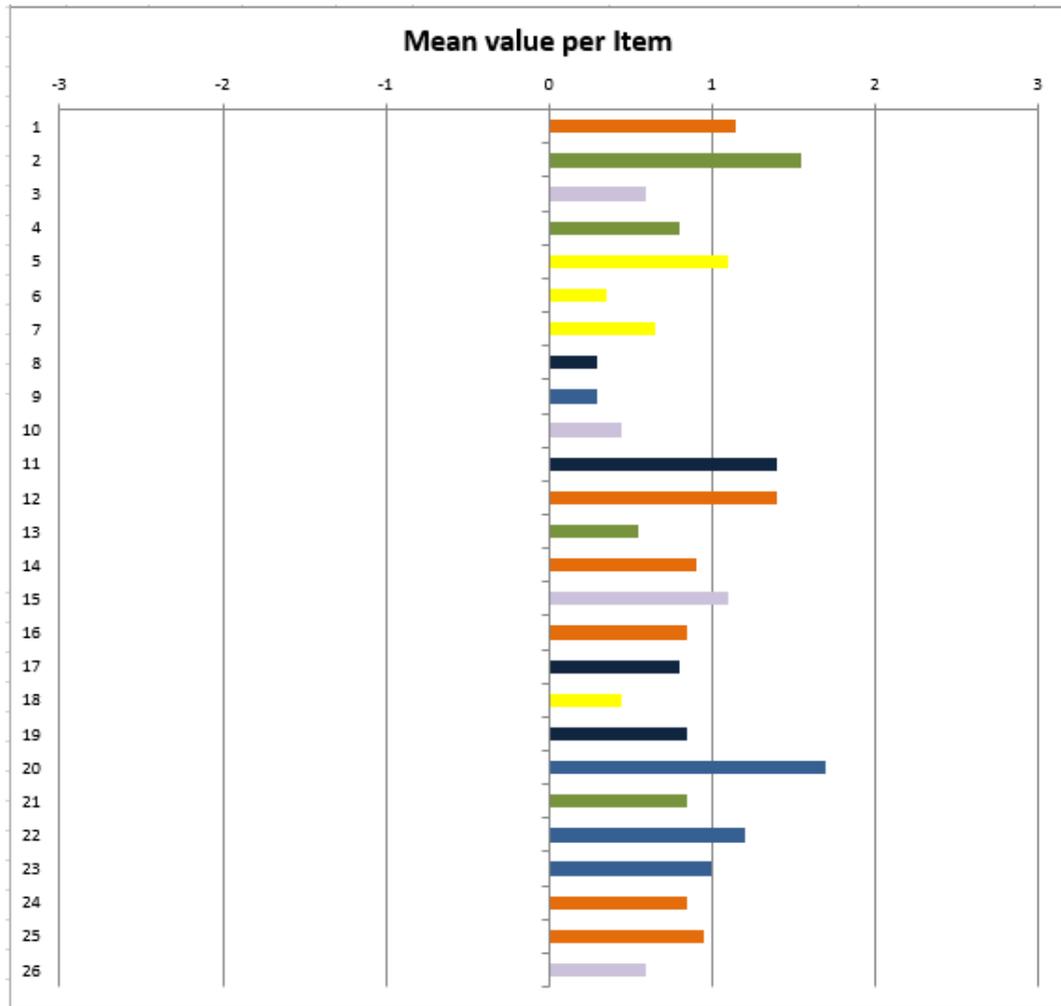
Panah yang ditunjukkan pada kolom mean (rata-rata) menunjukkan area status mereka pada level positif, normal, atau justru negatif. Untuk warna hijau menggambarkan hasil positif atau *good*, warna kuning artinya berada pada status normal, jika berwarna merah itu artinya hasil dari rata-rata itu negatif atau *bad*.

Tabel 5.2 Status level mean (rata-rata)

No.	Status level	Warna	Jarak skala
1.	Positif (<i>good</i>)	Hijau 	>0,8
2.	Normal	Kuning 	-0,8 sampai 0,8
3.	Negatif (<i>bad</i>)	Merah 	<-0,8

Ditunjukkan pada tabel 5.2 mengenai status level dari nilai rata-rata. Jika nilai dari rata-rata suatu item pernyataan bernilai -0,8 hingga 0,8 itu artinya nilai rata-rata berstatus normal dengan tanda panah warna kuning. Jika nilai rata-rata item tersebut lebih dari 0,8 maka item itu termasuk dalam level positif yang ditandai dengan panah warna hijau. Sebaliknya jika nilai rata-rata item berada dibawah -0,8 maka dia akan berada pada level bad yang dinilai evaluasi negatif dengan ditandai panah warna merah.

Nilai mean (rata-rata) dari kedua *website* yang telah dijabarkan pada gambar 5.11 ditujukan untuk *website* klikindomaret.com dan gambar 5.12 untuk alfacart.com, selanjutnya akan dibuat grafik untuk memperlihatkan dengan jelas nilai dari setiap item pernyataan memasuki posisi positif, nol ataupun negatif. Hasil dari kedua *website* akan dijabarkan sebagai berikut:



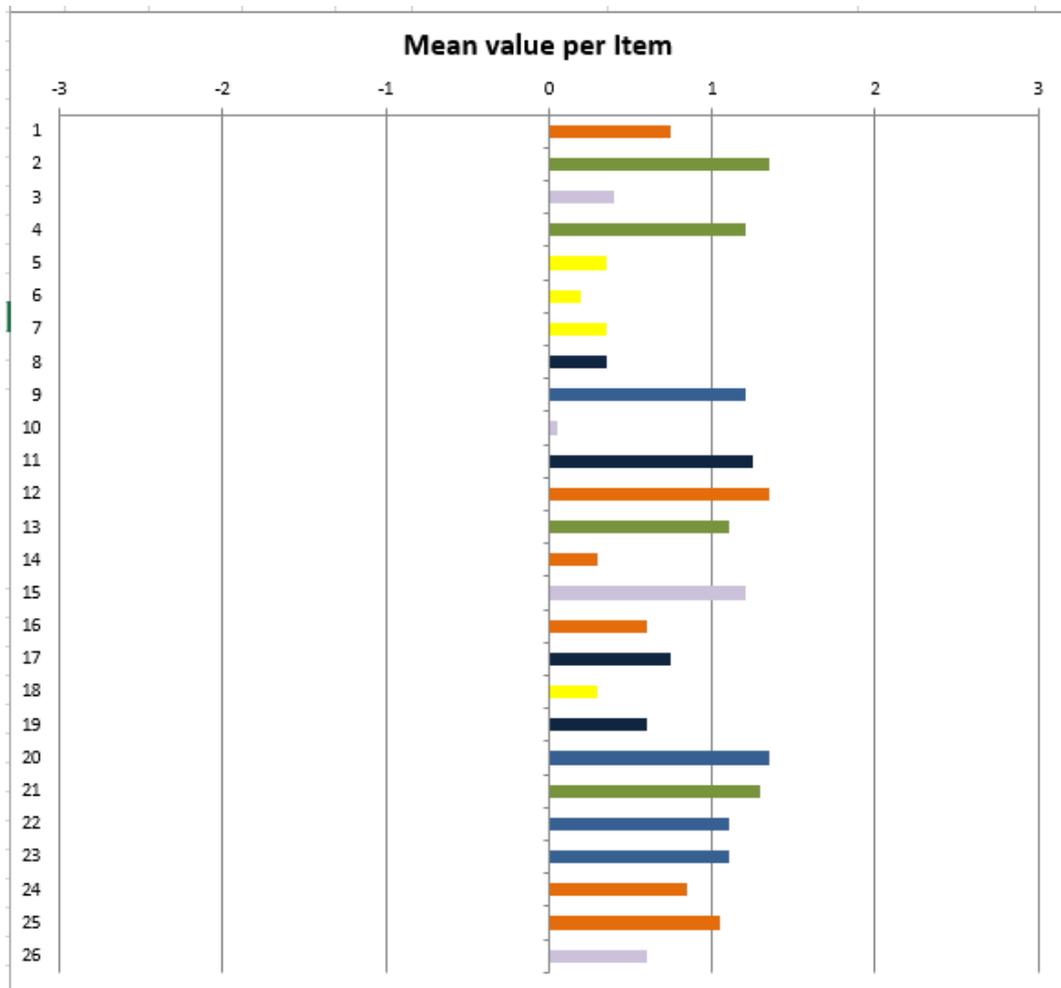
Gambar 5.15 Nilai rata-rata setiap item klikindomaret.com

Pada gambar 5.13 menunjukkan grafik dari hasil nilai rata-rata yang didapatkan setiap item pernyataan kuesioner UEQ yang dijawab oleh responden *website* klikindomaret.com. Dapat dilihat jika hasil nilai rata-rata kuesioner setiap item menunjukkan hasil nilai yang positif. Grafik di gambarkan dengan garis berbeda warna sesuai dengan skala dari item pernyataan tersebut. Penjelasan warna dapat dilihat pada table 5.1.

UEQ Scales	
Attractiveness	↑ 1,017
Perspicuity	↑ 0,938
Efficiency	↑ 1,050
Dependability	↑ 0,838
Stimulation	→ 0,638
Novelty	→ 0,688

Gambar 5.16 Nilai rata-rata keseluruhan skala klikindomaret.com

Apabila hasil per item sudah ditemukan, maka selanjutnya hasil nilai rata-rata tersebut akan dikelompokkan berdasarkan dengan 6 skala yang ada pada UEQ. Gambar 5.14 merupakan hasil pengelompokan nilai rata-rata keseluruhan berdasarkan skala pada hasil *website* klinkindomaret.com. Terlihat jika empat dari enam skala mendapatkan hasil *feedback* yang positif dengan ditunjukkan menggunakan gambar panah berwarna hijau. Skala tersebut dimulai dari yang mendapatkan nilai rata-rata tertinggi yaitu *efficiency* dengan nilai rata-rata keseluruhan yaitu 1,050, dilanjutkan dengan *attractiveness* dengan nilai rata-rata mencapai angka 1,017, selanjutnya ada *perspicuity* dengan nilai rata-rata mencapai nilai hingga 0,938, dan terakhir ada aspek *dependability* dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 0,838. Untuk dua skala lainnya mendapatkan respon normal dari responden ditunjukkan dengan panah berwarna kuning. Skala *novelty* mendapatkan rata-rata keseluruhan dengan nilai 0,688, sedangkan untuk skala *stimulation* mendapatkan nilai terendah dengan nilai 0,638.



Gambar 5.17 Nilai rata-rata setiap item alfacart.com

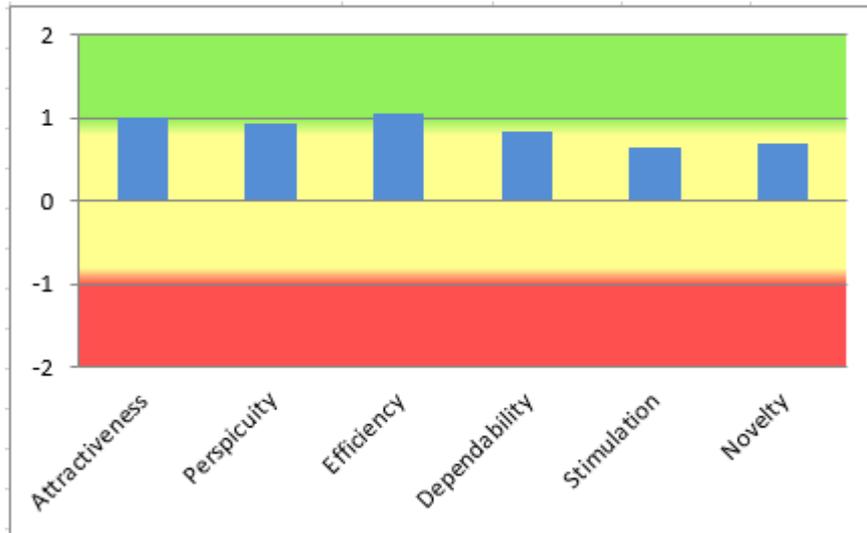
Untuk gambar 5.15, menunjukkan hasil nilai rata-rata dari setiap item pernyataan dari kuesioner UEQ yang diisi oleh responden alfacart.com. Dapat dilihat jika hasil semua nilai berada pada posisi nilai positif. Terlihat dari grafik yang berada pada sisi sebelah kanan yaitu pada posisi nilai positif.

UEQ Scales	
Attractiveness	↑ 0,817
Perspicuity	↑ 1,238
Efficiency	↑ 1,188
Dependability	→ 0,738
Stimulation	→ 0,300
Novelty	→ 0,563

Gambar 5.18 Nilai rata-rata keseluruhan skala alfacart.com

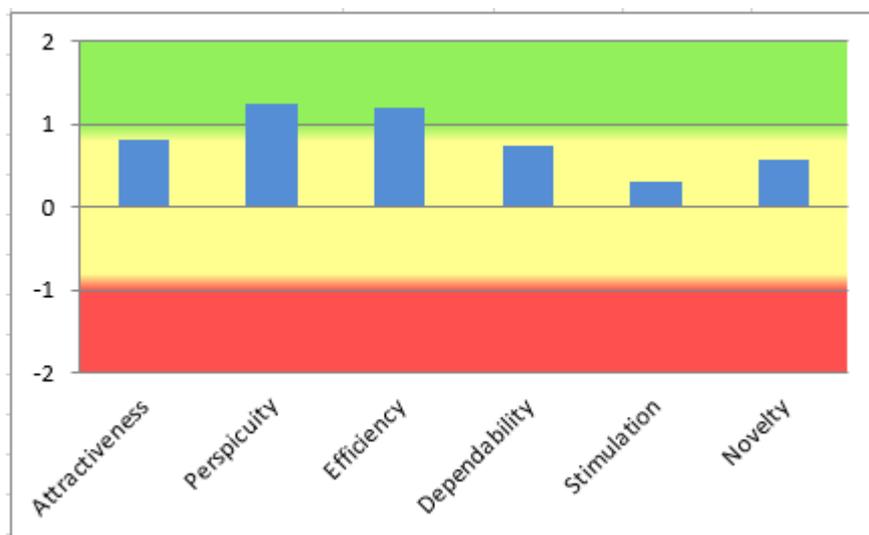
Hasil dari nilai rata-rata setiap item pada alfacart.com telah dikelompokkan menjadi rata-rata per skala dapat dilihat pada gambar 5.16. Pengelompokan ini diambil dari nilai rata-rata masing-masing item pada grafik sebelumnya yang telah dibagi dalam enam warna yang berbeda sesuai dengan skalanya. Hasil rata-rata keseluruhan pada *website* alfacart.com ini menunjukkan jika terdapat tiga skala yang mendapatkan *feedback* positif dari responden dengan ditunjukkan panah berwarna hijau. Skala yang mendapatkan nilai positif tersebut adalah *perspicuity* dengan mendapatkan nilai rata-rata keseluruhan tertinggi yang mencapai angka 1,238, selanjutnya ada skala *efficiency* yang juga mendapatkan nilai yang masuk kategori positif dengan nilai rata-rata keseluruhan mencapai 1,188, lalu skala terakhir yang masuk kategori positif yaitu skala *attractiveness* yang dengan mendapatkan nilai rata-rata keseluruhan yaitu 0,817. Untuk tiga skala yang lain pada alfacart.com mendapatkan nilai pada kategori normal yang ditunjukkan dengan panah berwarna kuning. Skala-skala tersebut yaitu skala *dependability* yang mendapatkan hasil rata-rata keseluruhan dengan nilai 0,738, lalu selanjutnya skala *novelty* yang juga masuk dalam kategori normal dengan mendapat nilai 0,563, yang terakhir yaitu skala *stimulation* yang mendapat nilai rata-rata terendah dengan mencapai angka 0,300.

Hasil-hasil dari rata-rata keseluruhan pada semua skala di setiap *website* tersebut akan dibuat menjadi grafik untuk memudahkan kita dalam melihat hasil keseluruhan dari rata-rata tersebut. Grafik untuk menunjukkan hasil keseluruhan rata-rata skala pada setiap *website* dapat dilihat pada gambar 5.17 untuk hasil klikindomaret.com dan gambar 5.18 untuk hasil pada alfacart.com.



Gambar 5.19 Grafik nilai rata-rata keseluruhan skala klikindomaret.com

Grafik yang ditunjukkan pada gambar 5.17 merupakan grafik hasil dari nilai rata-rata keseluruhan skala pada klikindomaret.com. Dari grafik tersebut dapat disimpulkan jika hasil kuesioner pada *website* klikindomaret.com cenderung memberikan impresi positif kepada responden dengan hasil rata-rata mencapai bahkan melewati nilai 0,8 yang merupakan batas status hasil normal dengan positif. Dengan urutan nilai rata-rata dari yang tertinggi hingga terendah yaitu skala *efficiency*, *attractiveness*, *perspicuity*, *dependability*, *novelty* dan *stimulation*.



Gambar 5.20 Grafik nilai rata-rata keseluruhan skala alfacart.com

Untuk grafik nilai rata-rata keseluruhan skala pada *website* alfacart.com ditunjukkan pada gambar 5.18. Terlihat jika hasil menunjukkan bahwa *website* alfacart.com memberikan impresi kepada responden yang cenderung positif meskipun hanya tiga skala yang mencapai nilai positif namun grafik menunjukkan jika hasil rata-rata mencapai bahkan melewati nilai 0,8 yang merupakan batas

status hasil normal dengan positif. Urutan dimulai dari skala dengan nilai tertinggi yaitu *perspicuity*, *efficiency*, *attractiveness*, *dependability*, *novelty*, lalu yang terakhir *stimulation*.

5.3 Hasil Perbandingan Analisis *Website* *Klikindomaret.com* dan *Alfacart.com*

Pada sub bab ini akan dirangkum hasil dari pengujian skenario dan juga hasil dari kuesioner UEQ yang telah dilakukan pada responden kedua *website*. Hasil-hasil yang telah dibahas sebelumnya akan dirangkum dalam bentuk tabel lalu akan dibandingkan manakah hasil yang lebih baik diantara kedua *website* tersebut.

5.3.1 Hasil perbandingan pengujian skenario

Hasil pengujian skenario pada kedua *website* yaitu *klikindomaret.com* dan *alfacart.com* akan dirangkum pada tabel 5.3 berikut:

Tabel 5.3 Perbandingan pengujian skenario

No.	Aspek Pengujian Skenario	Nilai Rata-Rata		Keterangan
		Klikindomaret	Alfacart	
1.	<i>Task Success Rate</i>	1	0,95	Klikindomaret lebih efektif
2.	<i>Time per Completed Task</i>	55,21	29,17	Alfacart lebih cepat
3.	<i>Number of Clicks During Task Completion</i>	3	3,48	Klikindomaret lebih membutuhkan sedikit jumlah "klik"
4.	<i>Error During Task Performance</i>	0,27	0,29	Klikindomaret lebih sedikit dalam kemungkinan memunculkan kesalahan

Sesuai dengan rangkuman hasil pengujian skenario yang ada pada tabel 5.3, diketahui nilai rata-rata dari seluruh aspek pengujian skenario yang digunakan dalam pengujian terhadap *website* *klikindomaret.com* serta *alfacart.com*. Untuk aspek *task success rate* nilai rata-rata milik *klikindomaret.com* lebih tinggi dengan nilai 1, itu merupakan nilai sempurna pada task ini karena nilai tersebut didapat jika tidak ada terjadi kegagalan sama sekali saat pengujian berlangsung. Pada aspek *time per completed task*, *alfacart.com* mendapat hasil lebih baik karena memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah dengan nilai 29,17 hal ini dikarenakan

semakin sedikit waktu yang dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan saat pengujian maka makin baik pula website tersebut. Untuk aspek selanjutnya yaitu aspek *number of clicks during task completion*, klikindomaret.com mendapatkan hasil yang lebih baik dengan nilai 3. Aspek terakhir yaitu aspek *error during task performance*, website klikindomaret.com mendapat hasil lebih baik dengan nilai 0,27 hal ini dikarenakan semakin sedikit terjadinya kesalahan saat pengerjaan tugas maka semakin baik pula *website* tersebut.

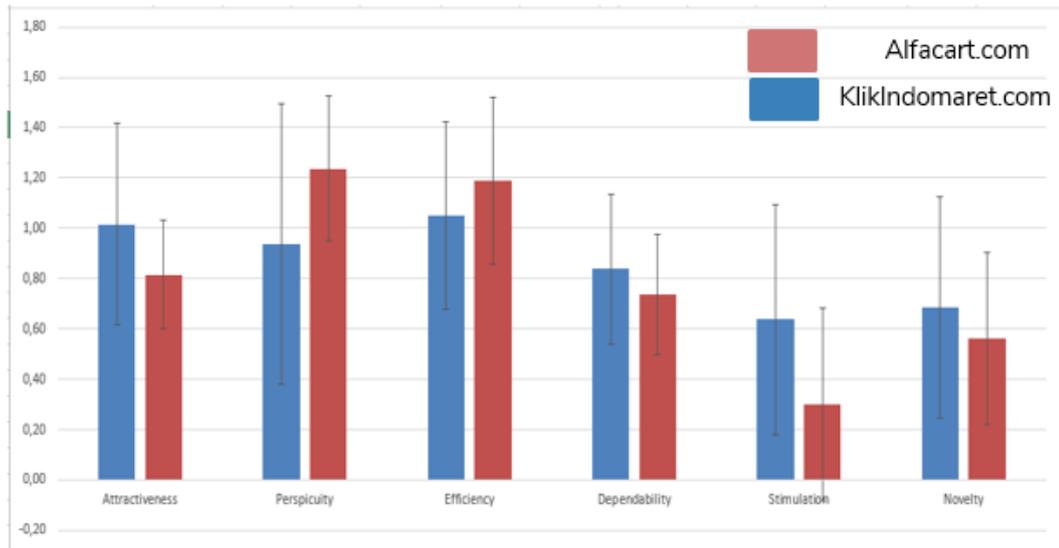
Dilihat dari hasil perbandingan dari pengujian skenario tersebut, *website* klikindomaret.com mendapatkan hasil pada pengujian lebih tinggi dibandingkan dengan alfacart.com hal ini disebabkan klikindomaret.com mendapatkan hasil lebih baik dalam tiga aspek pengujian yaitu *task success rate*, *number of clicks during task completion*, serta *error during task performance*. Sedangkan alfacart.com hanya unggul pada salah satu aspek saja yaitu aspek *time per completed task*.

5.3.2 Hasil Perbandingan Kuesioner UEQ

Hasil dari perbandingan kuesioner UEQ pada kedua *website* yaitu klikindomaret.com dan alfacart.com akan dirangkum pada gambar 5.19 serta gambar 5.20 berikut:

Scale	Data Set 1						Data Set 2					
	Mean	STD	N	Confidence	Confidence Interval		Mean	STD	N	Confidence	Confidence Interval	
Attractiveness	1,02	0,91	20	0,40	0,62	1,42	0,82	0,50	20	0,22	0,60	1,04
Perspiciuity	0,94	1,27	20	0,56	0,38	1,49	1,24	0,66	20	0,29	0,95	1,53
Efficiency	1,05	0,85	20	0,37	0,68	1,42	1,19	0,76	20	0,33	0,86	1,52
Dependability	0,84	0,68	20	0,30	0,54	1,13	0,74	0,54	20	0,24	0,50	0,97
Stimulation	0,64	1,05	20	0,46	0,18	1,10	0,30	0,87	20	0,38	-0,08	0,68
Novelty	0,69	1,00	20	0,44	0,25	1,13	0,56	0,78	20	0,34	0,22	0,90

Gambar 5.21 Nilai hasil kedua *website*



Gambar 5.22 Grafik perbandingan hasil kedua *website*

Pada gambar 5.19 telah dirangkum hasil dari rata-rata, simpangan baku, *confidence*, serta *confidence interval* dari semua skala pada kedua *website*. Data set 1 merupakan hasil dari klikindomaret.com, sedangkan data set 2 merupakan hasil untuk alfacart.com. Hasil pada tabel di gambar tersebut dibuat sebuah grafik hasil perbandingan dua *website* pada gambar 5.20 agar lebih mudah untuk melihat hasil perbandingan dari kedua *website* tersebut. Warna biru merupakan grafik milik *website* klikindomaret.com, sedangkan warna merah mewakili grafik milik alfacart.com. Pada kuesioner ini terdapat 6 skala penilaian pada setiap *website*. Pada skala *attractiveness*, hasil dari klikindomaret.com lebih tinggi dengan mencapai nilai rata-rata 1,02 sedangkan hasil dari alfacart.com sendiri adalah 0,82. Selanjutnya skala *perspicuity*, pada skala ini alfacart.com mendapat nilai lebih baik dengan nilai rata-rata mencapai 1,24 sedangkan klikindomaret mendapat nilai rata-rata 0,94. Untuk selanjutnya skala *efficiency*, alfacart lebih mendapat nilai lebih baik dengan hasil mencapai 1,19, untuk klikindomaret.com mencapai nilai 1,05. Skala selanjutnya yaitu *dependability*, untuk skala ini klikindomaret mendapat nilai lebih tinggi dengan mencapai angka 0,84 sedangkan alfacart.com berada di bawahnya dengan nilai 0,74. Pada skala *stimulation*, klikindomaret.com mendapat nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan alfacart.com yang mendapat nilai 0,30 sedangkan klikindomaret mencapai 0,64. Pada skala terakhir yaitu *novelty*, *website* klikindomaret mendapatkan nilai lebih tinggi yaitu 0,69 sedangkan alfacart.com mendapat nilai sebesar 0,56.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan jika *website* klikindomaret.com memberikan impresi lebih tinggi kepada responden dibandingkan dengan alfacart.com. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perbandingan nilai diantara kedua *website*. Klikindomaret.com mendapat nilai lebih tinggi pada 4 skala kuesioner UEQ yaitu skala *attractiveness*, *dependability*, *stimulation* serta skala *novelty*. Sedangkan untuk *website* alfacart mendapat nilai lebih tinggi pada 2 skala yaitu *perspicuity* dan *efficiency*.