

**EVALUASI *USER EXPERIENCE* DENGAN MENGADAPTASI
MECUE *QUESTIONNAIRE* PADA APLIKASI KAI ACCESS DAN
APLIKASI TIKET.COM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:
Dea Annisa Larasati
NIM: 145150407111005



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



PENGESAHAN

EVALUASI *USER EXPERIENCE* DENGAN MENGADAPTASI MECUE *QUESTIONNAIRE*
PADA APLIKASI KAI ACCESS DAN APLIKASI TIKET.COM

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :
Dea Annisa Larasati
NIM: 145150407111005

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
01 Agustus 2018

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Hanifah Muslimah Az – Zahra, S.Sn., M.Ds
NIK: 2016078908112001



Dosen Pembimbing II

Ratih Kartika Dewi, S.T., M.Kom
NIK: 2015038905202001

Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Herman Tolle, Dr. Eng., 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, 03 Agustus 2018



Dea Annisa Larasati

Dea Annisa Larasati

NIM: 145150407111005



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang hanya dengan rahmat Nya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam juga senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang berjudul “Evaluasi *User Experience* dengan Mengadaptasi *meCUE Questionnaire* pada Aplikasi KAI Access danan Aplikasi Tiket.com” telah selesai dan tentu memiliki kekurangan. Namun, skripsi ini telah ditulis dengan semaksimal mungkin dengan bantuan dari berbagai pihak untuk dapat menjadi syarat gelar sarjana komputer di Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya.

Dalam kesempatan ini penulis juga dangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang terlibat karena telah membantu memberikan doa, ide, dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si M.T, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
2. Dr. Eng., Herman Tolle, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
3. Suprpto, S.T, M.T selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
4. Hanifah Muslimah Az – Zahra, S.Sn., M.Ds. selaku pembimbing satu yang senantiasa membimbing, memberi masukan dan banyak pelajaran, serta saran sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Ratih Kartika Dewi, S.T., M.Kom selaku pembimbing dua yang sabar membimbing, mengarahkan, memberi semangat agar penulisan skripsi ini cepat selesai dan selalu mendengarkan cerita penulis yang memiliki banyak kesulitan selama menulis skripsi ini.
6. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doanya dan dukungan penuh agar skripsi ini selesai. Ayah Sumaryanta, Mama Priyanti Yos Suwiryo yang senantiasa memberikan doa dan dukungan meskipun dari jauh serta memberikan waktu, tenaga, kasih sayang dan perhatian kepada penulis. Kepada adik adik saya yang masih berjuang menempuh sekolah, Najmi Azhar Hanifah, Jasmine Kartika dan si kecil M. Fakhri Sumaryanta yang selalu menyambut saya dengan hangat di rumah. Terimakasih banyak.
7. Pemberi dukungan secara langsung yang mendorong saya juga untuk menyelesaikan skripsi ini, Moch. Dian Fahmi. Terimakasih banyak atas dukungan, doa, dan dorongannya. Terimakasih atas semua waktu yang telah diberikan.
8. Pemberi dukungan dan teman cerita saat skripsi, Assyifa Suryono terimakasih atas dukungan dan bantuannya.

9. Pemberi dukungan dan teman cerita saat skripsi, Salsabila Mardhiyah terimakasih atas dukungannya dari jauh.
10. Teman-teman lain yang selalu bersedia memberikan waktunya untuk membantu atau sekedar mendengar curhatan saya, terimakasih banyak. Khususnya Dinu, Suwii, Lakas, dan teman-teman lainnya.

Penulis mengetahui bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulisan skripsi ini dikarenakan penulis baru pertama kali menyusun skripsi, tetapi penulis sudah berusaha untuk memberikan yang terbaik, kritik dan saran akan sangat berguna untuk penulis dan semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada pembacanya. Terakhir semoga kebaikan yang telah diberikan ke penulis akan dibalas oleh Allah SWT, dan semoga kita semua di lindungi oleh Allah SWT dimanapun dan kapanpun kita berada. Aamiin.

Malang, 19 Juli 2018

Penulis
dean.larasati@gmail.com



ABSTRAK

Kereta Api sebagai salah satu transportasi umum Indonesia yang menjadi pilihan banyak masyarakat sekarang ini semakin mudah dijangkau pembelian tiketnya. Melalui banyak media kita dapat melakukan transaksi untuk membeli tiket kereta api secara mudah. Salah satunya adalah melalui aplikasi mobile. Dua dari sekian banyak aplikasi yang menyediakan layanan pemesanan tiket kereta api adalah aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com. Dengan banyaknya masyarakat yang tertarik menggunakan aplikasi mobile sekarang ini, aplikasi dituntut untuk bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengguna dari banyak aspek. Salah satu aspeknya adalah *user experience*. *User experience* atau pengalaman pengguna merupakan aspek yang harus diperhatikan oleh pengembang sehingga dapat memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com menggunakan kuesioner meCUE. Sebelum dapat menggunakan kuesioner meCUE, kuesioner yang berasal dari bahasa Jerman tersebut terlebih dahulu di terjemahkan menjadi bahasa Indonesia. Sebelumnya, kuesioner ini telah di kembangkan dan di validasi ke dalam bahasa Inggris oleh Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner. Untuk mendapatkan kuesioner meCUE bahasa Indonesia yang valid, kuesioner ini di uji validasi dan reliabilitasnya melalui pendapat ahli, penilaian ahli dan perhitungan uji validitas dan reliabilitas. Acuan yang digunakan adalah nilai r tabel yang akan dibandingkan dengan nilai r hitung untuk menentukan validitas dari tiap pernyataan. Untuk uji reliabilitas, nilai 0,7 menjadi acuan dalam penelitian ini. Karena riteria uji apabila nilai alpha cronbach $>0,70$ maka pengukuran tersebut reliabel, tetapi apabila alpha cronbach $<0,70$ maka pernyataan pada angket tersebut dinyatakan tidak reliabel. Setelah didapatkan kuesioner yang telah valid dan *reliable*, kuesioner disebarkan ke 45 responden yang sesuai kriteria, yaitu yang pernah menggunakan aplikasi KAI Access dan Tiket.com, atau yang sering menggunakan dua aplikasi tersebut. Penelitian ini menghasilkan nilai rata-rata yang didapatkan melalui perhitungan kuesioner meCUE dan dianalisa berdasarkan hasil tersebut.

Kata kunci: *user experience*, aplikasi KAI Access, aplikasi Tiket.com, kuesioner meCUE, uji validitas dan reliabilitas.

ABSTRACT

Nowadays, it is becoming easier to get train tickets with just one click. There are so many choices on how we get train tickets. One of them is through mobile application. Two of many applications that provide train ticket booking services are the KAI Access application and the Tiket.com application. With so many people interested in using mobile applications nowadays, application needs to provide the best service to its users from any aspects. One of the aspects is user experience. User experience or user experience is an aspect that developers should be aware of so as to provide a good user experience. This research aims to evaluate the application of Access KAI and Tiket.com application, but on this research only the train ticket booking service that is being evaluated on Tiket.com application, using the meCUE questionnaire. Before being able to use the meCUE questionnaire, the questionnaire derived from the German language was first translated into Indonesian. Previously, this questionnaire has been developed and validated into English by Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner. To obtain a valid Indonesian meCUE questionnaire, this questionnaire was tested for validation and reliability through expert opinions, expert judgment and validity and reliability test calculations. The reference used is the r value of the table to be compared with the calculated r value to determine the validity of each statement. For reliability test, the value of 0.7 becomes the reference in this study. Because the test criteria if the value of α cronbach > 0.70 then the measurement is reliable, but if α cronbach < 0.70 then the statement in the questionnaire is declared unreliable. After obtaining questionnaires that have been valid and reliable, the questionnaires distributed to 45 respondents who match the criteria, ie who ever use the application KAI Access and Tiket.com, or who often use the two applications. This study yields the average values obtained through the calculation of the meCUE questionnaire and analyzed based on these results.

Keyword: user experience, KAI Access, Tiket.com application, meCUE questionnaire, validity and reliability testing

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	105
ABSTRAK.....	107
ABSTRACT	108
DAFTAR ISI.....	109
DAFTAR TABEL.....	111
DAFTAR GAMBAR.....	113
DAFTAR LAMPIRAN	115
BAB 1 PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan masalah	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Visi dan Misi PT KAI (Persero)	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 KAI Access.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Tiket.com	Error! Bookmark not defined.
2.3 MeCUE Questionnaire	Error! Bookmark not defined.
2.4 Penelitian Sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
2.5 <i>User Experience</i> (UX).....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Evaluasi <i>User Experience</i> (UX).....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Validasi Ahli.....	Error! Bookmark not defined.
2.8 Populasi dan Sample	Error! Bookmark not defined.
2.9 Pilot Study	Error! Bookmark not defined.
2.10 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODOLOGI	Error! Bookmark not defined.
3.1 Studi Literatur	Error! Bookmark not defined.

3.2	Persiapan Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Pengambilan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Analisa Hasil.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Kesimpulan dan Saran	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 PERSIAPAN INSTRUMEN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Hasil Persiapan Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Hasil Validasi Ahli	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pengambilan Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Penyebaran Kuesioner Akhir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Hasil Evaluasi.....	Error! Bookmark not defined.
5.1.1	Hasil Evaluasi Aplikasi KAI Access ...	Error! Bookmark not defined.
5.1.2	Hasil Evaluasi Aplikasi Tiket.com.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Hasil Perbandingan Evaluasi	Error! Bookmark not defined.
BAB 6 PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
6.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
6.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pertanyaan pada Kuesioner meCUE versi Bahasa Inggris.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.1 Tabel Hasil Reliabilitas meCUE Versi Bahasa Inggris**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1 Hasil Validasi Ekspert Bahasa**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2 Hasil Validasi Ekspert UX**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Hasil Perbandingan Ekspert Bahasa dan Ekspert UX**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Hasil Akhir meCUE Versi Bahasa Indonesia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Skor untuk Validasi Ahli.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Tabel Hasil Perhitungan Validasi Ahli**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7 Pernyataan Tidak Valid Hasil Validasi Ahli **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.8 Kuesioner dan Catatan atau Keterangan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Module I Aplikasi KAI Access**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Module II Aplikasi KAI Access**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Module III Aplikasi KAI Access**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Module I Aplikasi Tiket.com**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Module II Aplikasi Tiket.com**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Module III Aplikasi Tiket.com**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Module I Aplikasi KAI Access**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Module II Aplikasi KAI Access**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Module III Aplikasi KAI Access**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Module I Aplikasi Tiket.com **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Module II Aplikasi Tiket.com **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Module III Aplikasi Tiket.com **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.21 Tabel Kuesioner Akhir untuk Aplikasi KAI Access **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.22 Tabel Kuesioner Akhir untuk Aplikasi Tiket.com **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5.1 Hasil Perbandingan Evaluasi..... **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT KAI (Persero)	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.2 Tampilan <i>Home</i> KAI Access.	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.3 Tampilan Fitur TRAIN	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.4 Fitur MEALS	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.5 Fitur MY TRIPS	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.6 Fitur DEALS	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.7 Fitur KAI Access pada opsi <i>MORE</i>	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.8 Tampilan <i>Home</i> aplikasi Tiket.com	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.9 Halaman pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Tiket.com ...	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.10 <i>My Order</i> pada aplikasi Tiket.com	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.11 Modul pada meCUE	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.12 Contoh hasil rata-rata untuk Modul I .	Error! Bookmark not defined.	
Gambar 2.13 Contoh hasil rata-rata untuk Module II	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 2.14 Contoh hasil rata-rata untuk Module III	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 2.15 Contoh hasil rata-rata untuk Module IV	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.1 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi KAI Access	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.2 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi KAI Access	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.3 Hasil Evaluasi Module III Aplikasi KAI Access	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.4 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi KAI Access	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.5 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi Tiket.com	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.6 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Tiket.com	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.
Gambar 5.7 Hasil Evaluasi Module III Aplikasi Tiket.com	Error! Bookmark not defined.	Bookmark not defined.

Gambar 5.8 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi Tiket.com **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DATA RESPONDEN.....	80
LAMPIRAN B KETERANGAN VALIDASI AHLI.....	85
LAMPIRAN C RTABEL UJI VALIDITAS.....	98
LAMPIRAN D KUESIONER MECUE VERSI BAHASA INDONESIA.....	100



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang dari waktu ke waktu telah memberikan dampak terhadap pelayanan pada suatu perusahaan. Perusahaan akan mencoba untuk memberikan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan dan informasi yang mudah dan cepat. Salah satu pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan adalah dengan mengeluarkan sebuah aplikasi *mobile* yang dapat membantu penggunanya agar dapat melakukan transaksi dan memperoleh informasi secara lebih mudah dan cepat.

Kereta Api Indonesia merupakan salah satu moda transportasi yang terus berupaya untuk melakukan perbaikan pelayanan dari waktu ke waktu. Kereta Api Indonesia memiliki banyak macam tipe kereta yang dapat dipilih oleh masyarakat sesuai kebutuhan. Masyarakat tidak perlu khawatir dengan kemacetan yang terjadi ketika berangkat ke suatu tempat maupun pulang dari suatu tempat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat adanya kenaikan 11,08% pada periode Januari-Oktober 2017 yakni jumlah penumpang mencapai 322,1 juta orang dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2016. Untuk mendapatkan tiket kereta api, masyarakat harus membeli minimal 90 hari sebelum keberangkatan dan maksimal 1 jam sebelum keberangkatan. Banyak orang yang sering melakukan pemesanan tiket kereta api secara mendadak atau *go show* yang terkadang untuk mendapatkan tiket tersebut tidaklah mudah, banyak kendala yang ditemukan, misal, kursi sudah penuh atau kereta api yang diinginkan tidak tersedia. Sementara itu pula, tidak semua orang dapat datang ke stasiun dan membeli tiket disana dan antre untuk waktu yang lama.

PT Kereta Api Indonesia (persero) telah meluncurkan aplikasi Kereta Api Indonesia Access atau KAI Access pada tahun 2013 silam yang diharapkan dapat membantu calon penumpang untuk memesan tiket kereta api. Dengan adanya aplikasi yang disediakan, banyak pengguna merasa kurang nyaman dan mudah saat menggunakan aplikasi tersebut. Terlihat pada *playstore*, KAI Access memiliki *rating* 3,7 dari 5 bintang, sementara pada *App Store* aplikasi ini memiliki *rating* 2,3 dari 5 bintang. Berdasarkan dari nilai ini dapat dilihat bahwa aplikasi ini masih memiliki nilai yang kurang baik dari penggunanya. Terdapat banyak komentar negatif tentang aplikasi ini, misal, tulisan yang terlalu besar dan sering terjadi error yang membuat banyak orang merasa sangat kurang nyaman.

Aspek penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan suatu aplikasi adalah persepsi pengguna. Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda beda terhadap suatu aplikasi. Persepsi ini disebut juga dengan *user*

experience. Menurut ISO 9241-210 (2009), *user experience* merupakan persepsi dan respon dari pengguna sebagai reaksi dari penggunaan sebuah produk, sistem atau layanan. Ketika pengguna merasa nyaman dengan suatu aplikasi maka pengguna akan terus menggunakan aplikasi tersebut. Evaluasi *user experience* (UX) pada suatu aplikasi dibutuhkan agar pengembang dapat melihat kekurangan dari aplikasinya, sehingga dapat terus mengembangkan aplikasinya sesuai dengan kebutuhan pengguna. Aplikasi yang baik harus bisa memenuhi persepsi dan ekspektasi penggunanya. Aplikasi yang baik juga harus dapat memberikan pengalaman yang baik untuk penggunanya sehingga pengguna ingin terus menggunakan aplikasi tersebut.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan diatas, dilakukan evaluasi aspek *user experience* menggunakan metode kuesioner meCUE pada aplikasi KAI Access untuk mengetahui dibagian mana aplikasi tersebut perlu diperbaiki dari sudut pandang *user experience*. Modular Evaluation of Key Components of User atau disingkat meCUE (Minge & Riedel, 2013) merupakan alat bantu untuk mengevaluasi UX suatu website atau aplikasi. meCUE dapat di aplikasikan di seluruh jenis survey *User Experience* terhadap sistem yang interaktif dan cocok untuk membandingkan produk yang berbeda atau mendeteksi perubahan pengalaman terhadap suatu desain dari penggunaan jangka panjang (Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, 2016). Kuesioner meCUE dibuat berdasarkan Component model of User Experience (CUE), yang dibuat oleh Thuring & Mahlke (2007) dan menggunakan skala likert sebagai acuan pemberian nilai pada kuesioner tersebut. CUE model memisahkan antara persepsi instrumental dan non instrumental. Kuesioner meCUE dibagi menjadi 4 module, yang masing masing berhubungan dengan karakteristik produk (usefulness, usability, visual aesthetics, status, commitment), emosi pengguna (positif dan negatif), dan konsekuensi (kesetiaan pengguna terhadap produk dan keinginan untuk menggunakan produk), dan yang terakhir adalah tentang penilaian keseluruhan dari produk.

Untuk melakukan perbandingan dengan produk sejenis dari KAI Access, pada penelitian ini, aplikasi Tiket.com digunakan sebagai objek pembanding karena aplikasi ini telah diluncurkan terlebih dahulu dan memiliki salah satu fungsi yang sama dengan aplikasi KAI Access yaitu untuk memesan tiket kereta api. Tiket.com sendiri merupakan penyedia layanan pemesanan tiket transportasi dan akomodasi online yang dapat diakses melalui web dan aplikasi. Aplikasi Tiket.com memiliki banyak ulasan yang baik namun ada juga yang kurang baik sehingga peneliti ingin membandingkan dibagian mana keduanya memiliki kekurangan dan kelebihan.

Kuesioner yang meCUE digunakan untuk mengevaluasi dua aplikasi tersebut masih belum diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, maka dari itu penelitian ini juga akan melakukan penerjemahan kuesioner meCUE ke

dalam bahasa Indonesia dan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen tersebut, yang kemudian instrumen tersebut akan digunakan sebagai metode evaluasi *user experience* pada aplikasi KAI Access. Instrumen meCUE versi Bahasa Indonesia juga akan di implementasikan pada aplikasi Tiket.com pada bagian fitur pemesanan tiket kereta api sebagai pembanding dengan hasil evaluasi aplikasi KAI Access. Diharapkan dengan adanya evaluasi ini, PT KAI (persero) dan Tiket.com dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka secara online untuk melakukan pemesanan tiket kereta api. Sehingga dapat terus meningkatkan daya tarik pengguna serta memiliki pengguna yang setia dalam menggunakan aplikasinya.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil uji validitas dan reliabilitas meCUE versi bahasa Indonesia?
2. Bagaimana hasil evaluasi *user experience* menggunakan metode meCUE *questionnaire* versi bahasa Indonesia pada aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com?
3. Bagaimana hasil perbandingan evaluasi *user experience* menggunakan metode meCUE *questionnaire* versi bahasa Indonesia pada aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengadaptasi kuesioner meCUE kedalam bahasa Indonesia.
2. Untuk mengetahui hasil uji validitas dan reliabilitas meCUE *questionnaire*.
3. Untuk mengetahui hasil evaluasi *user experience* menggunakan metode meCUE *questionnaire* versi bahasa Indonesia pada aplikasi KAI Access.
4. Untuk mengetahui hasil evaluasi *user experience* menggunakan meCUE *questionnaire* versi bahasa Indonesia pada aplikasi Tiket.com
5. Untuk memberikan informasi tentang kekurangan aplikasi KAI Access dan Tiket.com berdasarkan hasil dari evaluasi menggunakan metode kuesioner meCUE.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Penulis

1. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama proses perkuliahan.
2. Dapat mempelajari lebih dalam tentang evaluasi *user experience*.
3. Dapat mempelajari lebih dalam tentang kuesioner meCUE dan tahapan uji validitas dan reliabilitas.

1.4.2 Bagi Perusahaan

1. Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan aplikasi yang ada saat ini.
2. Dapat mengetahui kekurangan aplikasi sehingga dapat diperbaiki dan meningkatkan kualitas aplikasi agar pengguna merasa lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi KAI Access dan Tiket.com.

1.5 Batasan masalah

Berikut adalah batasan masalah dari penelitian ini:

1. Evaluasi *user experience* dilakukan dengan mengadaptasi kuesioner meCue (Modular Evaluation of Key Components of User Experience) ke dalam versi bahasa Indonesia.
2. Responden yang diambil adalah responden yang pernah menggunakan aplikasi KAI Access dan Tiket.com.
3. Instrumen penelitian (kuesioner meCUE) versi bahasa Indonesia diterjemahkan dengan bantuan satu orang ahli Bahasa Inggris dan satu orang ahli pada bidang *user experience*. Uji Validasi ahli *user experience* dilakukan ke tiga ahli pada bidang *user experience* lainnya (bukan yang melakukan penerjemahan).
4. Uji Validitas dan Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan alat SPSS Statistics 25 untuk *windows*.
5. Versi meCUE yang digunakan pada penelitian ini adalah versi meCUE dengan 4 Module.
6. Evaluasi pada aplikasi Tiket.com hanya dilakukan pada bagian pemesanan tiket kereta api saja sebagai perbandingan dengan aplikasi KAI Access.
7. Versi aplikasi KAI Access yang menjadi objek penelitian adalah versi 2.0.3 dan versi 2.2.2 dari aplikasi Tiket.com.

1.6 Sistematika pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang dari penelitian yang dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN KEPUSTAKAAN

Menjelaskan tentang profil PT Kereta Api Indonesia (Persero) beserta visi dan misi yang dimiliki. Menjelaskan tentang aplikasi

Tiket.com. Menguraikan tentang *user experience*. Menguraikan tentang metode evaluasi meCUE (Modular Evaluation of Key Components of User Experience). Menjelaskan tentang uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

BAB III METODOLOGI

Membahas metode yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data untuk mendapatkan data yang valid sebagai sumber penelitian. Membahas proses yang dilakukan dalam penelitian. Membahas tentang seluruh kegiatan pengumpulan data mulai dari persiapan kuesioner atau instrumen dan pengumpulan data persona.

BAB IV PERSIAPAN INSTRUMEN

Berisi tentang persiapan instrumen penelitian yang mencakup hasil dari uji validitas dan reliabilitas dan evaluasi yang telah dilakukan.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pembahasan dari hasil evaluasi yang telah dilakukan. Bab ini juga berisi perbandingan hasil dari evaluasi yang telah dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis dari evaluasi penelitian pada skripsi ini serta saran-saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Kereta Api Indonesia (Persero) atau biasa disingkat PT KAI, adalah penyedia jasa angkutan kereta api yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT KAI telah beroperasi dari tanggal 28 September 1945 dan telah berganti nama sebanyak 19 kali hingga akhirnya pada tahun 1998 menetapkan nama PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai nama perusahaan dan diatur dalam Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1998. Dibawah ini, pada Gambar 2.1 adalah logo Kereta Api milik PT KAI.



Gambar 2.1 Logo PT KAI (Persero)

PT KAI memiliki tujuh anak perusahaan yaitu PT Reska Multi Usaha (2003), PT Railink (2006), PT Kereta Api Indonesia Commuter Jabodetabek (2008), PT Kereta Api Pariwisata (2009), PT Kereta Api Logistik (2009), PT Kereta Api Properti Manajemen (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015).

2.1.1 Visi dan Misi PT KAI (Persero)

VISI:

“Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan Stakeholders.

Makna Visi:

Melalui visinya, KAI bertekad menjadi operator kereta api terbaik yang ada di Indonesia. Karena sejak diterbitkannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian maka perusahaan swasta dapat menjadi operator kereta api di Indonesia sehingga bukan hanya monopoli BUMN. KAI mengubah mindset Perusahaan yang tadinya *product oriented* menjadi *customer oriented* agar pelanggan menjadi fokus utama dalam berbagai kebijakan KAI. KAI sebagai BUMN memiliki tanggung jawab yang besar baik terhadap pemerintah, masyarakat, pelanggan, dan berbagai stakeholder

lainnya dengan terus menjaga kepercayaan para Stakeholder melalui pencapaian kinerja terbaik.

MISI:

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya melalui praktik bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi Stakeholders dan kelestarian lingkungan berdasarkan empat pilar utama: Keselamatan, Ketepatan Waktu, Pelayanan, dan Kenyamanan.

Makna Misi:

Untuk mencapai visi perusahaan, KAI mengoperasikan kereta api yang didukung oleh kegiatan usaha penunjang lainnya. KAI akan terus menjalankan bisnisnya melalui transformasi dan inovasi sebagai bagian dari strategi dalam memuaskan harapan para stakeholders dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan. Adapun dalam menjalankan bisnisnya, KAI berpegang pada 4 Pilar Utama perusahaan yaitu:

- 1) Keselamatan: KAI memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi risiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.
- 2) Ketepatan Waktu: KAI selalu akan berupaya maksimal untuk tetap mengoperasikan perjalanan kereta api tepat sesuai pada waktunya, baik dari jadwal keberangkatan dan jadwal tiba demi kelancaran dan kepuasan pelanggan sebagai bentuk solusi dari salah satu alternatif transportasi publik yang bebas dari kemacetan.
- 3) Pelayanan: Dalam hal pelayanan, KAI akan memberikan yang terbaik sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6A unsur pokok : Ability (Kemampuan), Attitude (Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan) dan Accountability (Tanggung jawab).
- 4) Kenyamanan: Kenyamanan pelanggan akan muncul sendirinya seiring dengan pelayanan prima, ketepatan waktu dan keselamatan yang diterapkan KAI sebagai pilar utama dalam mencapai kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak akan pernah berhenti dalam menciptakan lingkungan yang kondusif baik di stasiun maupun di atas kereta api dalam hal meningkatkan rasa nyaman kepada para pelanggan.

2.1.2 KAI Access

Kereta Api Indonesia Access atau KAI Access merupakan sebuah aplikasi yang disediakan oleh PT KAI untuk calon pembeli tiket kereta api eksekutif, ekonomi

dan bisnis jarak jauh. Aplikasi ayng dihadirkan pada tanggal 26 Juli 2013 ini telah tersedia untuk platform iOS dan Android yang bisa diunduh secara gratis melalui AppStore dan Google PlayStore. Gambar 2.2 dibawah ini adalah tampilan *Home* dari KAI Access yang memperlihatkan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi tersebut.



Gambar 2.2 Tampilan *Home* KAI Access.

Fitur TRAIN merupakan fitur untuk melakukan pemesanan atau untuk melihat jadwal kereta api yang tersedia. Fitur TRAIN memiliki tampilan seperti yang terlihat pada Gambar 2.3 dibawah ini. Fitur ini meminta pengguna memasukkan stasiun asal, stasiun tujuan, tanggal keberangkatan, pilihan kelas atau tipe kereta api (eksekutif, bisnis, atau ekonomi) dan jumlah orang yang akan berangkat menaiki kereta api tersebut.

< Back Ticket Booking

Origin
Select Origin

Destination
Select Destination

Departure Date
Sunday, 22 Jul 2018

Class
All Class

Adult Infant
1 0

Search Ticket

Gambar 2.3 Tampilan Fitur TRAIN

Fitur E-MODA dan Porter saat ini masih belum dapat digunakan. Kedua fitur tersebut masih berstatus *coming soon* dan belum dapat diakses saat ini. Fitur lain yang dapat digunakan adalah fitur MEALS. Fitur ini merupakan fitur *preorder meals* dimana penumpang kereta api yang telah memesan tiket dan mendapatkan kode booking atau kode pembayaran dapat memesan makanan yang tersedia di kereta api melalui fitur ini sebelum perjalanan dimulai. Penumpang akan mendapatkan makanan pada perjalanan nanti sesuai dengan pesanan yang telah dibuat. Penumpang diwajibkan memasukkan kode booking atau kode pembayaran dan kode validasi untuk memesan makanan seperti yang terlihat pada Gambar 2.4 dibawah ini.



← Back Meals

PREORDER MEALS

Validasi Kode Tiket

Kode Booking/Pembayaran Tiket

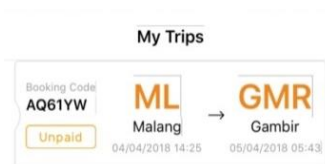
Kode Validasi

Proses

Belum memiliki/tupa kode validasi ?

Gambar 2.4 Fitur MEALS

Fitur lain yang terdapat pada KAI Access adalah fitur MY TRIPS. Fitur ini menunjukkan pesanan yang telah dibuat sebelumnya ataupun yang sedang kita pesan saat ini. Pada fitur ini juga kita dapat melihat stasiun awal dan stasiun tujuan yang telah kita pilih, tanggal keberangkatan dan tanggal kedatangan, kode booking, dan status pembayaran. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 2.5 dibawah ini.



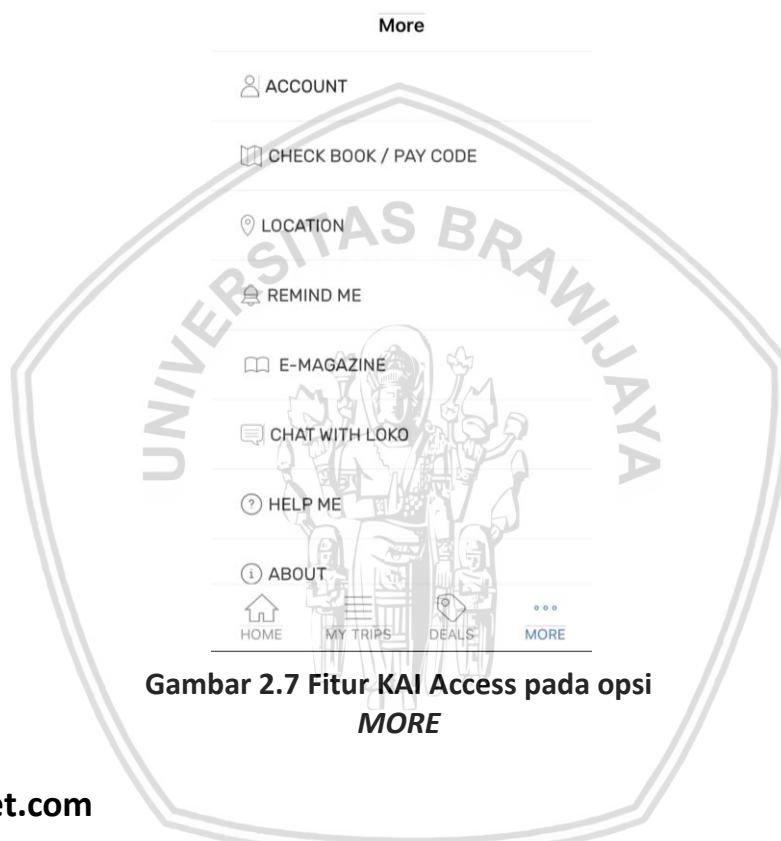
Gambar 2.5 Fitur MY TRIPS

Fitur berikutnya yang terdapat pada KAI Access adalah fitur DEALS. Fitur ini menawarkan keuntungan bagi penumpang kereta api dengan memberikan diskon atau potongan di berbagai tempat wisata, hotel, dan gerai lain yang bekerjasama dengan PT KAI. Melalui fitur ini, penumpang kereta api dapat memilih penawaran yang tersedia, seperti terlihat pada Gambar 2.6 dibawah ini.



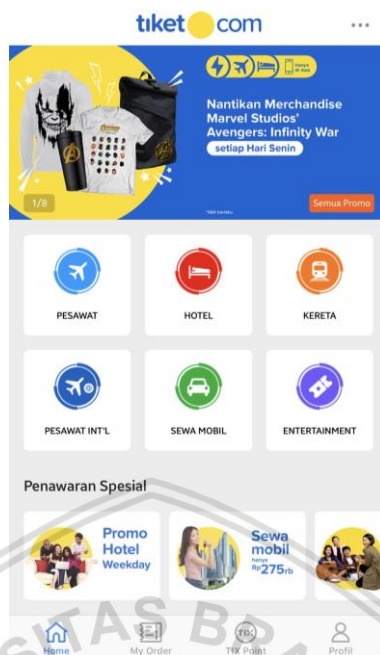
Gambar 2.6 Fitur DEALS

Selain fitur yang telah disebutkan diatas, KAI Access juga memiliki fitur lain yang tersedia pada opsi MORE. Terdapat pengaturan akun pada Account, fitur untuk memeriksa kode booking atau kode pembayaran pada Check Book/Pay Code, Location, Remind Me yang berfungsi untuk mengingatkan penumpang agar tidak lupa jika memiliki jadwal keberangkatan, E-Magazine atau majalah elektronik, Chat with Loko untuk bertanya seputar kereta api atau pun yang berkaitan dengan transaksi dengan KAI, Help Me untuk melihat pertanyaan yang sering ditanyakan, About dan Contact Us yang dapat membantu penumpang untuk lebih mudah berkomunikasi dengan KAI. Fitur tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.7 dibawah ini.



2.2Tiket.com

Tiket.com merupakan suatu situs penyedia layanan *booking ticket* secara online. Tiket.com dikelola oleh PT. Global Tiket Network dan yang juga menangani website *e-commerce* ternama yaitu blibli.com. Tiket.com memiliki aplikasi yang mempunyai fitur yang serupa dengan website nya. Fitur yang terdapat di aplikasi tersebut antara lain, fitur pemesanan tiket pesawat, hotel, kereta api, sewa mobil, dan tiket nonton bioskop. Namun, yang akan dibahas pada penelitian ini adalah fitur pemesanan kereta api yang dimiliki Tiket.com. Seperti KAI Access, aplikasi Tiket.com juga memiliki *home* yang memperlihatkan keseluruhan pilihan fitur yang tersedia. *Home* dari aplikasi Tiket.com dapat dilihat pada Gambar 2.8 dibawah ini.



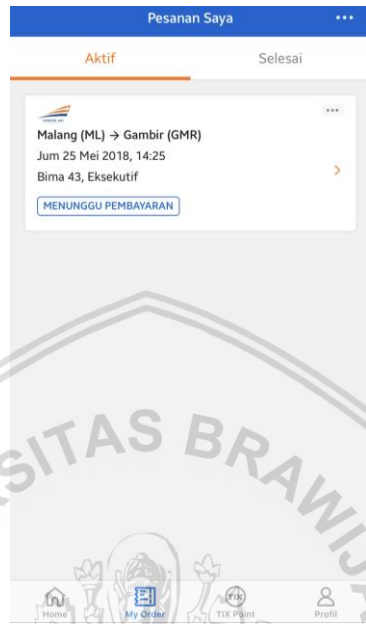
Gambar 2.8 Tampilan *Home* aplikasi Tiket.com

Terlihat pada Gambar 2.8 diatas, terdapat fitur Kereta yang dapat dipilih untuk memesan tiket kereta api. Sama seperti KAI Acces, calon penumpang diminta untuk memasukkan stasiun awal, stasiun tujuan, tanggal keberangkatan dan jumlah calon penumpang yang akan berangkat, seperti yang terlihat di Gambar 2.9 dibawah ini.



Gambar 2.9 Halaman pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Tiket.com

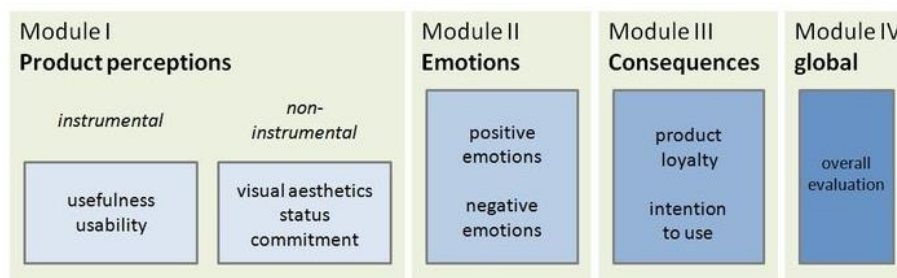
Setelah melakukan pemesanan, detail pesanan tiket kereta api dan status pembayaran akan muncul pada bagian *My Order*, seperti terlihat pada Gambar 2.10 dibawah ini.



Gambar 2.10 *My Order* pada aplikasi Tiket.com

2.3 MeCUE Questionnaire

Modular Evaluation of Key Components of User atau disingkat meCUE (Minge & Riedel, 2013) merupakan alat bantu untuk mengevaluasi UX suatu website atau aplikasi. Kuesioner meCUE dibuat berdasarkan Component model of User Experience (CUE), yang dibuat oleh Thuring & Mahlke (2007). Pada Gambar 2.11 di bawah ini adalah pembagian Modul pada meCUE.



Gambar 2.11 Modul pada meCUE

Kuesioner meCUE dibagi menjadi 4 module. Module I berkaitan dengan persepsi produk yang memisahkan persepsi tersebut kedalam 2 kategori yaitu instrumental dan non-instrumental. Terdapat lima sub-dimensi keseluruhan pada

Module I, yaitu *usefulness*, *usability*, *visual aesthetic*, *status*, *commitment*. Yang termasuk dalam kategori instrumental adalah *usefulness* dan *usability*. *Usefulness* mengukur seberapa berguna sementara *usability* mengukur seberapa mudah suatu produk digunakan atau dijalankan. Kategori non-instrumental mencakup *visual aesthetic* yang mengukur seberapa baik atau menarik tampilan suatu produk, *status* yang mengukur tentang keberadaan sosial kita karena menggunakan produk tersebut, dan *commitment* yang mengukur komitmen pengguna terhadap suatu produk.

Module II berkaitan dengan emosi pengguna. Module ini memiliki 2 sub-dimensi yaitu *positive emotions* dan *negative emotions*. *Positive emotions* mengukur tentang emosi positif dari pengguna saat menggunakan produk sementara *negative emotions* mengukur tentang emosi negatif dari pengguna saat menggunakan produk. Module III berkaitan dengan Konsekuensi yang memiliki dua sub-dimensi yaitu *product loyalty* dan *intention to use*. *Product loyalty* mengukur kesetiaan pengguna terhadap produk sementara *intention to use* mengukur seberapa ingin pengguna untuk menggunakan produk kembali. Terakhir, Module IV yang menilai keseluruhan dari produk. Pada Module IV ini pengguna diminta pendapatnya tentang berapa nilai yang diberikan untuk keseluruhan aspek dari produk.

Pada penelitian Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, and Carina V. Kuhr yang berjudul *The meCUE Questionnaire. A Modular Tool for Measuring User Experience*, dijelaskan bahwa kuesioner meCUE bersifat fleksibel, dapat diadaptasi dan tervalidasi untuk mengukur *user experience* sesuai dengan model CUE. *User experience* yang menjadi salah satu kunci sukses dari hampir seluruh jenis produk sudah memiliki beberapa alat untuk mengukur seberapa baik pengalaman pengguna dari suatu produk. Contohnya adalah AttrakDiff dan UEQ yang mengukur persepsi pengguna terhadap suatu produk dari segi *pragmatic* dan *hedonic qualities*. Sementara untuk mengukur komponen emosional dan verbal, PANAS menjadi salah satu kuesioner yang menyediakan pengukuran untuk komponen ini. SAM, PrEmo, LEM-Tool juga menjadi contoh kuesioner lainnya yang dapat digunakan untuk mengukur *user experience* dari segi komponen emosional, verbal dan non verbal. Namun, belum ada kuesioner yang mengukur keseluruhan aspek pada *user experience*. Untuk mendapatkan penilaian *user experience* dari seluruh aspek, memerlukan evaluasi gabungan menggunakan beberapa alat di atas. Alat-alat yang ada belum tentu memiliki skala yang sama dan format yang sama, hal ini dapat membingungkan bagi peneliti. Maka dari itu, kuesioner meCUE dikembangkan untuk dapat menilai seluruh aspek yang berkaitan dengan pengalaman pengguna. Disebutkan juga pada penelitian yang sama, Module I, Module II, dan Module III dari meCUE dikonstruksi dan divalidasi secara terpisah untuk memberikan kuesioner yang komprehensif dan fleksibel. Sehingga, kuesioner meCUE dapat dengan mudah diadaptasi pada berbagai penelitian dengan berbagai tujuan dengan hanya memilih module mana saja yang dibutuhkan, jadi semua module tidak harus digunakan pada suatu penelitian menggunakan kuesioner meCUE.

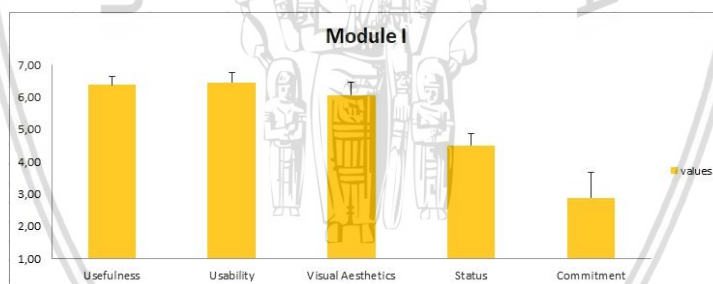
Pada Tabel 2.1 dibawah ini merupakan pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner meCUE. Pernyataan dibawah ini yang nantinya akan ditunjukkan untuk responden, dan responden akan memberikan angka sesuai dengan pendapat mereka. Angka yang dimasukkan merupakan angka berdasarkan skala likert dari 1 sampai dengan 7. 1 mewakili sangat tidak setuju dan 7 mewakili sangat setuju. Angka ini kemudian akan dihitung rata-ratanya dan akan menghasilkan bagan yang dibagi per modul. Untuk Module IV, memiliki penilaian skala yang berbeda, untuk item pada Module IV, menggunakan pengukuran -5 sampai 5 dengan skala interval 0,5.

Tabel 2.1 Pertanyaan pada Kuesioner meCUE versi Bahasa Inggris

ID Code	Item
U.1	The product is easy to use.
A.1	The product is creatively designed.
F.1	The functions of the product are exactly right for my goals.
S.1	The product would enhance my standing among peers.
C.1	I could not live without this product.
A.2	The design looks attractive.
U.2	It is quickly apparent how to use the product.
S.2	By using the product, I would be perceived differently.
F.2	I consider the product extremely useful.
C.2	The product is like a friend to me.
A.3	The product is stylish.
C.3	If I ever lost the product, I would be devastated.
U.3	The operating procedures of the product are simple to understand.
S.3	My friends could be quietly envious of this product.
F.3	With the help of this product I will achieve my goals.
PA.1	The product exhilarates me.
ND.1	The product makes me tired.
NA.1	The product annoys me.
PD.1	The product relaxes me.
ND.2	When using this product I feel exhausted.
PD.2	The product makes me feel happy.
NA.2	The product frustrates me.

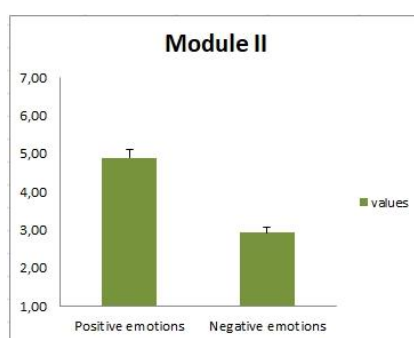
PA.2	The product makes me feel euphoric.
ND.3	The product makes me feel passive.
PD.3	The product calms me.
PA.3	When using this product, I feel cheerful.
NA.3	The product angers me.
IN.1	If I could, I would use the product daily.
L.1	I would not swap this product for any other.
IN.2	I can hardly wait to use the product again.
L.2	In comparison to this product, no others come close.
L.3	I would get exactly this product for myself (again) at anytime.
IN.3	When using the product, I lose track of time.
Overall	Finally, how would you rate the product overall?

Hasil rata-rata yang didapatkan dari responden akan menjadi bagan seperti dibawah ini. Bagan dibagi per modul dan dapat dilihat per indikator dari modul tersebut. Seperti pada Gambar 2.12 dibawah ini yang memperlihatkan contoh dari hasil rata-rata untuk modul I.



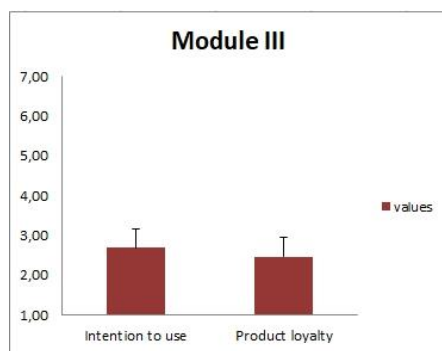
Gambar 2.12 Contoh hasil rata-rata untuk Modul I

Berdasarkan Gambar 2.11, Module I memiliki 5 sub-dimensi, yaitu *Usefulness*, *Usability*, *Visual Aesthetic*, *Status*, dan *Commitment*. Pada Gambar 2.12, terlihat contoh hasil rata-rata dari setiap bagian Module I. Gambar 2.13 dibawah ini merupakan contoh hasil rata-rata untuk Module II yang mengukur *positive emotions* dan *negative emotions*.



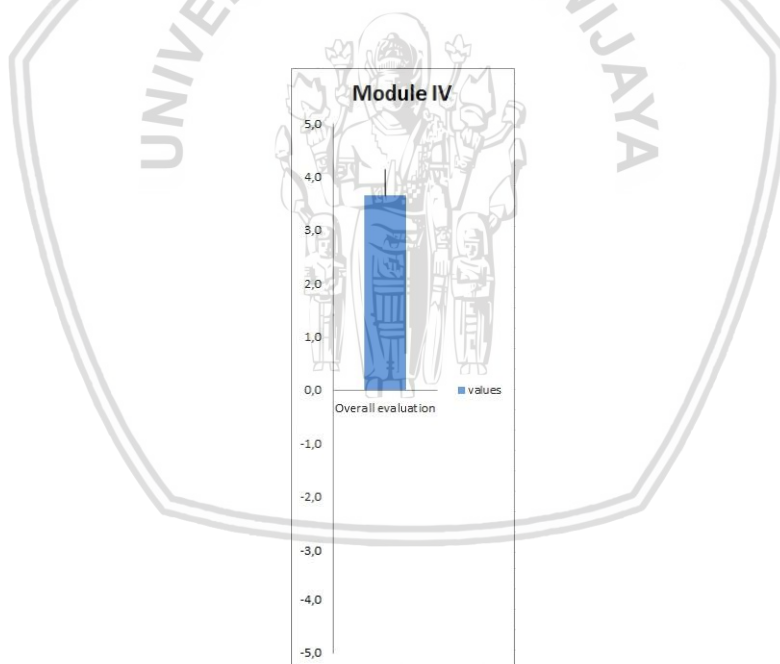
Gambar 2.13 Contoh hasil rata-rata untuk Modul II

Gambar 2.14 dibawah ini merupakan contoh hasil rata-rata untuk Module III yang mengukur *intention to use* dan *product loyalty*.



Gambar 2.14 Contoh hasil rata-rata untuk Module III

Gambar 2.15 dibawah ini merupakan contoh hasil rata-rata untuk Module IV yang mengukur *overall evaluation* yaitu mengukur nilai dari keseluruhan aspek produk.




Gambar 2.15 Contoh hasil rata-rata untuk Module IV

2.4 Penelitian Sebelumnya

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan objek yang diteliti pada penelitian ini maupun instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Berikut adalah Tabel yang berisi ringkasan penelitian sebelumnya yang akan menjadi dasar penelitian ini.

Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya

Topik Penelitian	Peneliti dan Tanggal	Metode yang digunakan
<i>Measuring the User Experience of Mobile Applications – an Empirical Validation of a Quantitative Method</i>	Carina Kuhr, B.Sc. (Oktober, 2013)	Penelitian ini menunjukkan validitas <i>discriminative</i> , <i>convergent</i> dan <i>criterion-related</i> dari kuesioner meCUE. Penelitian ini juga menelusuri apakah meCUE dapat di aplikasikan pada <i>industrial settings</i> dimana sistem yang interaktif dijadikan objek evaluasi. Penilaian ekspert digunakan untuk mengidentifikasi 3 aplikasi transportasi umum dengan kualitas <i>usability</i> dan desain yang berbeda.
<i>Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience</i>	Michael Minge, Manfred Thüning, Ingmar Wagner (September, 2016)	Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan memvalidasi versi bahasa Inggris dari kuesioner meCUE sebagai alat untuk mengukur <i>user experience</i> . Pada penelitian ini, tiga <i>native speaker</i> yang telah bekerja sebagai penerjemah profesional atau guru bahasa selama beberapa tahun menjadi translator awal pada penelitian ini. pertama, dua dari <i>native speaker</i>

		<p>tersebut menerjemahkan setiap item pernyataan secara terpisah ke dalam bahasa Inggris. Hasilnya adalah 25 dari 34 item pernyataan memiliki terjemahan yang sama. Selanjutnya, seluruh pernyataan termasuk item yang memiliki terjemahan berbeda, di terjemahkan oleh <i>native speaker</i> yang ketiga ke dalam bahasa Jerman, dan didapatkan 28 item pernyataan yang penerjemahannya benar. Seluruh item yang memiliki terjemahan yang berbeda didiskusikan dan didapatkan hasil yang disetujui oleh semua <i>native speaker</i>. Setelah seluruh pernyataan di terjemahkan ke dalam bahasa Inggris, survey online di lakukan. 58 responden yang berasal dari UK dan USA (berumur antara 23 sampai 56) memberikan nilai terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan produk yang mereka ingin nilai. Untuk menghitung reliabilitas dari tiap module, <i>internal consistency coefficients</i> dari skala yang telah dihitung menggunakan MAP (Minimum Average Partial) di analisa menggunakan</p>
--	---	---

		Cronbach's Alpha.
<i>The meCUE Questionnaire. A Modular Tool for Measuring User Experience</i>	Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, Carina V. Kuhr (2016)	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kuesioner baru untuk mengukur komponen kunci dari <i>user experience</i> dengan cara yang komprehensif dan selaras. Kuesioner ini menguji <i>internal consistency</i> dan validitas dari meCUE serta korelasi item pernyataan yang ada di meCUE dengan enam kuesioner* untuk menilai <i>user experience</i> lainnya. 67 partisipan di berikan <i>task</i> untuk dikerjakan pada 3 produk ineraktif yang berbeda (mobile audio playe, text-editing software dan mobile phone salah satu orang). Setelah itu mereka diminta untuk mneilai 3 produk tersebut dengan mengisi 6 kuesioner yang dibandingkan tersebut. Kuesioner ini disusun berdasarkan struktur teoritikal dari CUE model.</p> <p>*(AttrakDiff, UEQ, PANAS, Self-Assessment-Manikin, visual aesthetic questionnaire, dan meCUE)</p>
Analisis dan Perbaikan <i>Usability</i> Aplikasi <i>Mobile Kai Access</i> Dengan Metode <i>Usability Testing</i> Dan <i>USE Questionnaire</i>	Kevin Ryan Hadi (2018)	Penelitian ini menggunakan <i>usability testing</i> untuk mendapatkan data kualitatif dan <i>USE Questionnaire</i> untuk

		mendapatkan data kuantitatif yang digunakan sebagai acuan untuk melakukan analisis dan perbaikan usability pada aplikasi Mobile KAI Access.
Analisis Pengalaman Pengguna Permainan <i>Multiplayer Online Battle Arena</i> (MOBA) Dengan Menggunakan <i>Game Experience Questionnaire</i> (GEQ) Pada Game Dota 2	Rachmad Soleh (2017)	Penelitian ini menggunakan GEQ untuk menilai pengalaman pengguna permainan MOBA Game Dota 2. Dengan melakukan terlebih dahulu validasi ahli dan uji reliabilitas sebelum kuesioner dibagikan.
Evaluasi Dan Perbaikan <i>User Experience</i> Menggunakan <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) Dan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) Pada Situs Web Filkom Apps Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya	Shafira Viski Izabal (2017)	Penelitian ini menggunakan kuesioner UEQ untuk mengevaluasi dan melakukan perbaikan pengalaman pengguna pada situs web FILKOM apps. Kuesioner dibagikan ke 30 responden. Lalu dilanjutkan dengan FGD untuk mendapatkan data kualitatif.

2.5 User Experience (UX)

Interaksi yang terjadi melalui antarmuka sistem dapat menghasilkan sebuah persepsi dan respon. Persepsi ini biasa disebut dengan *User Experience* (UX). Menurut Norman & Nielsen, UX mencakup seluruh aspek interaksi *end-user* dengan suatu perusahaan, pelayanannya dan produknya. *User Experience* mencakup emosi, kepercayaan, preferensi, persepsi, respon secara fisik maupun psikologi, kebiasaan dan pencapaian yang terjadi sebelumnya, selama dan sesudah penggunaan. Ini berarti UX tidak hanya diukur saat pengguna menggunakan produk itu saja, namun pada sebelum, saat, dan sesudahnya.

2.6 Evaluasi *User Experience* (UX)

Sudijono (1996) mengemukakan bahwa pengertian evaluasi adalah interpretasi atau penafsiran yang bersumber dari data kuantitatif, dimana data kuantitatif tersebut merupakan hasil dari pengukuran. Evaluasi merupakan proses mengumpulkan dan menganalisa aktivitas, karakteristik dan keluaran dari sebuah sistem lalu kemudian di periksa sehingga dihasilkan kesimpulan dari sistem tersebut untuk meningkatkan keefektifan dan atau memberitahu stakeholder yang terlibat mengenai hasil kesimpulan tersebut (M. Q. Patton, 1987). Evaluasi UX berarti mengumpulkan dan menganalisa aktivitas yang terjadi pada suatu aplikasi sehingga dihasilkan kesimpulan tentang UX pada aplikasi tersebut guna meningkatkan kualitas pada aplikasi tersebut. Evaluasi program dapat dilakukan terhadap sebagian atau seluruh unsur-unsur implementasi yang terdapat dalam program. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana program tersebut telah berhasil mencapai maksud pelaksanaan dari program yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.7 Validasi Ahli

Kuesioner yang siap digunakan adalah kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Aiken (1985) merumuskan formula Aiken's V untuk menghitung *content-validity coefficient* yang didasarkan pada hasil penilaian dari panel ahli sebanyak n orang terhadap suatu item sehingga diketahui sejauh mana item tersebut mewakili konstruk yang diukur. Ahli dapat memberikan skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju) untuk menilai setiap butir pernyataan yang ada. Berikut adalah rumus yang Aiken's V.

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

$$S = r - lo$$

Ket:

lo = Angka penilaian validitas terendah.

c = Angka penilaian validitas tertinggi.

r = Angka yang diberikan oleh penilai.

n = Jumlah penilai.

Suatu pernyataan dinyatakan valid jika nilai $V > 0,69$ dan suatu pernyataan dinyatakan tidak valid jika nilai $V < 0,69$ (Yang, 2011).

2.8 Populasi dan Sample

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan setelah itu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Pendapat lain dari Nazir(2005), mengungkapkan bahwa jumlah sampel ditetapkan atas pertimbangan pribadi, namun sampel yang di ambil harus cukup mewakili populasi dengan pertimbangan biaya dan waktu. Bila populasi

memiliki jumlah yang besar dan penelitian tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi (Sugiyono, 1998).

2.9 Pilot Study

Untuk meyakinkan bahwa item-item kuesioner telah mencukupi, benar, dan dapat dipahami, kuesioner di ujikan melalui *Pilot Study*. Penggunaan kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efisien untuk dilakukan ketika peneliti tahu secara tepat mengenai informasi apa yang dibutuhkan dan bagaimana mengukur variabel yang diuji dalam penelitian (Sekaran, 2003). Sebagai suatu instrumen survei, kuesioner harus disusun dengan baik dan reliabel. Pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner harus jelas, tidak ambigu, tepat dan sesuai dengan variabel-variabel yang akan diuji oleh dalam penelitian. *Pilot Study* atau dapat disebut juga *Pilot Test* merupakan suatu pengujian yang dilakukan pada responden dengan jumlah kecil untuk menguji pemahaman terhadap kuesioner, menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen survei tersebut. Dalam *Pilot Test*, jumlah responden yang diambil biasanya lebih sedikit dari jumlah responden yang digunakan sebagai sampel. Jika suatu instrumen kuesioner telah lolos *pilot test* maka kuesioner tersebut telah dapat disebarakan.

2.10 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Menurut Neuman (2007), validitas menunjukkan keadaan yang sebenarnya dan mengacu pada kesesuaian antara konstruk, atau cara seorang peneliti mengkonseptualisasikan ide dalam definisi konseptual dan suatu ukuran. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Menurut Ghazali (2009), uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali (2006) uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel (n).

Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi

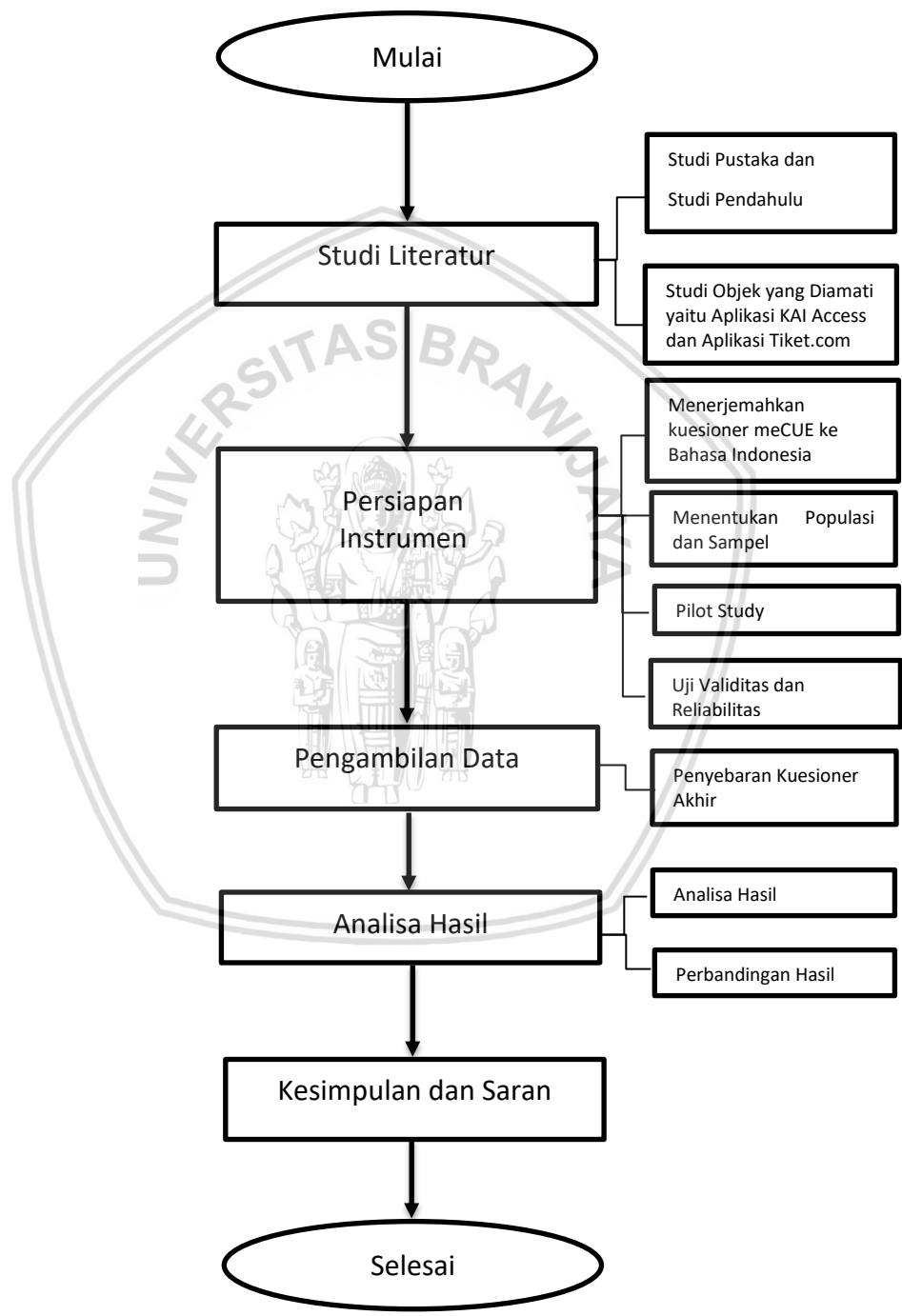
belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Alpha Cronbach merupakan salah satu koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan. Skala pengukuran yang reliabel sebaiknya memiliki nilai *Alpha Cronbach* (α) minimal 0,70. Kriteria uji apabila nilai alpha cronbach $>0,70$ maka pengukuran tersebut reliabel, tetapi apabila alpha cronbach $<0,70$ maka pernyataan pada angket tersebut dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2002).



BAB 3 METODOLOGI

Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini akan di bahas pada bab ini. Hasil dari setiap langkah yang dikerjakan akan dibahas pada bab ini secara rinci. Berikut ini adalah metodologi untuk penelitian ini.



3.1 Studi Literatur

Pada tahap ini akan dilakukan studi pustaka dan studi pendahuluan untuk mendukung penyelesaian masalah yang ada. Studi pustaka dan studi pendahuluan yang dilakukan berkenaan dengan aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com, *User Experience*, evaluasi *User Experience*, kuesioner meCUE, dan Uji Validitas dan Reliabilitas. Sumber yang digunakan adalah buku, jurnal, skripsi sebelumnya dan hasil pencarian pustaka melalui internet. Selain melakukan studi dari pustaka dan pendahuluan, peneliti juga melakukan studi objek yang diamati guna mempelajari lebih dalam tentang aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com sehingga dapat lebih memahami tentang permasalahan yang terjadi.

3.2 Persiapan Instrumen

Setelah melakukan studi literatur dan menentukan masalah, tahap selanjutnya adalah menentukan metode penyelesaian masalah. Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengevaluasi *user experience* adalah dengan menggunakan kuesioner meCUE.

3.2.1. Menerjemahkan Kuesioner meCUE ke dalam Bahasa Indonesia

meCUE merupakan kuesioner yang berasal dari Jerman dan memiliki bahasa original yaitu bahasa Jerman yang disusun oleh Minge, M., Riedel, L. & Thüning, M.. Kuesioner ini telah diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dan telah di uji validitas dan reliabilitasnya oleh Michael Minge, Manfred Thüning, dan Ingmar Wagner pada September 2016. Dalam tulisannya yang berjudul *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience*, untuk menerjemahkan meCUE dari bahasa Jerman ke bahasa Inggris, tiga *native speaker* yang telah bekerja sebagai penerjemah profesional atau guru bahasa selama beberapa tahun dilibatkan dalam penerjemahan ini. Pertama, dua dari tiga penerjemah menerjemahkan item kuesioner satu persatu secara independen ke dalam bahasa Inggris. Dari terjemahan yang ada, 25 dari 34 pertanyaan memiliki terjemahan yang mirip atau saling berkesinambungan. Selanjutnya, seluruh item bahasa Inggris, termasuk yang tidak konsisten, di terjemahkan kembali ke bahasa Jerman oleh penerjemah ketiga. Hasilnya, ada 28 terjemahan yang benar dari bahasa Inggris ke bahasa Jerman. Enam item lainnya di diskusikan oleh dua penerjemah tersebut dan didapatkan hasil yang disepakati.

Untuk menguji struktur kuesioner versi bahasa Inggris tersebut, kuesioner tersebut dibagikan melalui survey online. Pengujian ini bertujuan untuk menilai apakah meCUE versi bahasa Inggris telah valid dan *reliable* atau tidak. Sebanyak 58 *native speaker* dari Inggris dan Amerika Serikat (berumur antara 23 dan 56, dengan Median=32,6 tahun) memberikan nilai dari pengalaman mereka terhadap suatu produk yang interaktif (contoh: telepon genggam, laptop, TV, perangkat luna, aplikasi *mobile*, peralatan rumah tangga). Partisipan dibebaskan untuk memilih produk mana yang ingin mereka nilai. Rata-rata, mereka memiliki

produk tersebut selama 9,4 bulan. Setelah dilakukan pengujian, hasilnya adalah meCUE versi bahasa Inggris ini telah valid dan *reliable*. Nilai cronbach alpha yang dimiliki dari setiap Module memiliki nilai antara 0.76 dan 0.91. Nilai 0.76 berarti nilai cronbach alpha dapat diterima karena masih sesuai dengan ketentuan yaitu 0.70 sementara nilai 0.91 menunjukkan nilai yang sangat baik karena jauh dari nilai 0.70, seperti terlihat pada Tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Tabel Hasil Reliabilitas meCUE Versi Bahasa Inggris

Modules and scales:	% variance	Cronbach's alpha
Product perceptions (module I)		
usefulness	12.3	0.78
usability	19.2	0.90
visual aesthetics	19.8	0.91
social identity: status	15.5	0.84
social identity: commitment	12.8	0.76
cumulative %	79.5	
User emotions (module II)		
positive emotions	27.2	0.82
negative emotions	32.1	0.88
cumulative %	59.3	
Consequences of usage (module III)		
intention to use	39.2	0.87
product loyalty	35.3	0.78
cumulative %	74.5	

Pada penelitian ini, penulis akan menerjemahkan meCUE versi bahasa Inggris ke versi bahasa Indonesia dengan bantuan ahli bahasa Inggris yaitu Wing Setiawan, S.S untuk memeriksa tata bahasa kuesioner dan ahli UX yaitu salah satu Dosen FILKOM, Ismiarta Aknuranda, S.T., M.Sc., Ph.D. untuk memeriksa tata bahasa sesuai bahasa yang dapat dimengerti *user*. Setelah diterjemahkan, pengujian dilanjutkan dengan memvalidasi kuesioner yang telah diterjemahkan ke 3 ahli UX untuk mendapatkan skor dari tiap butir pernyataan. Skor ini akan dihitung untuk mendapatkan hasil validitas dari setiap item pernyataan pada kuesioner berdasarkan penilaian 3 ahli UX tersebut. Kuesioner dinilai oleh 3 dosen FILKOM Universitas Brawijaya yaitu Adam Hendra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc., Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd., dan Komang Candra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc.. Setiap butir pernyataan diberikan 5 kolom penilaian yang dapat dipilih oleh masing-masing penilai. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju). Hasil Validitas ini akan dijadikan acuan untuk melakukan *pilot study* yang dilaksanakan sebelum uji sebenarnya, sehingga nantinya diketahui seberapa paham calon responden terhadap kuesioner yang akan dibagikan.

3.2.2. Populasi dan Sample

Sebelum menentukan sample, terlebih dahulu menentukan populasi dari objek yang diteliti. Pada penelitian ini objek yang digunakan adalah aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com. Dikarenakan populasi tidak diketahui, maka digunakan jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator (Hair *et al*, 2010). Pada penelitian ini, yang menjadi variabel dasar penelitian adalah Module I (*Product Perceptions*), Module II (*Emotions*), Module III (*Consequences*), Module IV (Global). Di Dalam setiap Module, terdapat beberapa indikator. Untuk Module I terdapat 5 indikator, yaitu *usefulness*, *usability*, *visual aesthetic*, *status*, dan *commitment*. Pada Module II terdapat 2 indikator, yaitu *positive emotions* dan *negative emotions*. Module III memiliki 2 indikator, yaitu *intention to use* dan *product loyalty*. Sementara pada Module IV, terdapat 1 indikator yaitu *overall evaluation*. Total dari seluruh Module, terdapat 9 indikator pada kuesioner meCUE. Jadi untuk sample pada penelitian ini adalah sebanyak 5 x 9 yaitu 45 responden.

3.2.3. Skenario Pengujian

Skenario penilaian pada aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com dibatasi hanya pada pemesanan tiket kereta api saja. Pemesanan ini mencakup beberapa langkah yaitu, mencari jadwal kereta api (memasukkan stasiun asal, stasiun tujuan, tanggal keberangkatan dan jumlah penumpang), memilih jadwal kereta api, mengisi data diri, memilih kursi, dan memilih metode pembayaran.

3.2.4. Pilot Study

Untuk meyakinkan bahwa item-item kuesioner telah mencukupi, benar, dan dapat dipahami, kuesioner di ujikan melalui *Pilot Study*. Pilot Study dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang telah diterjemahkan kepada non responden. Kuesioner ini disebarkan ke 30 responden dimana sesuai dengan pendapat Singarimbun dan Efendi (1995) yang mengungkapkan bahwa jumlah minimal uji coba atau *pilot study* kuisisioner adalah minimal 30 responden. 30 responden dipilih karena sesuai dengan pendapat Singarimbun dan Efendi (1995) yang menyatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah 30 responden, karena menurut data statistik responden dengan jumlah 30 telah mendekati kurva normal. Untuk setiap butir pernyataan, responden pada *pilot study* ini dapat memilih 1 dari 7 skala yang ada. skala yang digunakan adalah skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (sedikit/agak tidak setuju), 4 (netral), 5 (sedikit/agak setuju), 6 (setuju), 7 (sangat setuju). Skala ini sesuai dengan acuan dari studi sebelumnya yang telah dilakukan oleh Michael Minge, Manfred Thüring, dan Ingmar Wagner dalam tulisannya yaitu *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience* pada tahun 2016.

3.2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum instrumen pada penelitian ini digunakan, kuesioner meCUE terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitasnya. Sebelum melakukan uji validitas dan reliabilitas, langkah pertama untuk memastikan bahwa kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia telah memiliki kalimat yang sesuai dan dapat dimengerti, dilakukan terlebih dahulu uji validasi ahli. Uji validasi ahli dilakukan ke dua ahli, satu dari bidang bahasa Inggris dan satu dari bidang *User Experience*, dan selanjutnya dilakukan *Content Validity* oleh 3 ahli *User Experience* lainnya. Dua ahli pertama (bidang bahasa dan *user experience*) memberikan validasi terhadap tata bahasa kuesioner yang diterjemahkan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia sehingga dapat menghasilkan kuesioner yang dapat dimengerti. Langkah kedua, tiga ahli *User Experience* lainnya memberikan masukan terkait apakah isi dari kuesioner tersebut dapat dimengerti atau tidak dan bisa valid untuk diujikan ke *pilot study* atau tidak. Para ahli ini dapat memberi penilaian dari nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) untuk setiap butir pernyataan. Setelah mendapatkan kuesioner yang valid, kuesioner akan diuji reliabilitasnya. Langkah terakhir adalah menguji validitas dan reliabilitas setelah mendapatkan hasil *pilot study*. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan menggunakan alat bantu SPSS Statistics 25. Setelah didapatkan hasil uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner tersebut telah siap disebarluaskan untuk digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com. Pada penelitian ini rhitung akan dibandingkan dengan rtabel. rtabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 0,3610, ini sesuai dengan perhitungan rumus $df=n-2$ dengan n sebanyak 30 yang diambil dari rtabel.

3.3 Pengambilan Data

Pada tahap ini penulis membagikan kuesioner yang telah di valid dan *reliable* berdasarkan hasil uji validitas dan uji realibilitas yang telah dilakukan kepada responden. Responden akan diminta mengisi seluruh pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut. Namun, dalam pengambilan data, penulis akan memfilter kembali responden mana yang sesuai dan kriteria sehingga datanya dapat dijadikan data yang valid untuk dimasukkan ke dalam perhitungan kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia. Responden dengan kriteria, 1) pernah menggunakan aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com (bagian pemesanan tiket kereta api) atau 2) sering menggunakan aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com (bagian pemesanan tiket kereta api) sehingga dapat menilai kedua aplikasi tersebut dengan baik. Data latar belakang pengguna responden dijadikan acuan untuk mengetahui apakah responden cocok dengan kriteria yang ditentukan atau tidak.

3.4 Analisa Hasil

Tahap ini dilakukan setelah semua tahap mulai dari studi literatur hingga pengumpulan data selesai dilakukan. Pada tahap ini, hasil dari evaluasi menggunakan kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia terhadap aplikasi KAI

Access dan aplikasi Tiket.com akan di analisa dan dipelajari sehingga dapat menghasilkan hasil evaluasi yang dapat memperlihatkan kekurangan dan kelebihan aplikasi tersebut. Kuesioner meCUE sendiri menyediakan perhitungan secara otomatis menggunakan Microsoft Excel. Sehingga dapat dibandingkan hasil evaluasi dari kedua aplikasi tersebut menggunakan perhitungan yang ada pada kuesioner bawaan meCUE.

3.5 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini, akan diambil kesimpulan dari seluruh kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Pada tahap ini pula akan diberikan saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan hasil penelitian yang akan dilakukan.



BAB 4 PERSIAPAN INSTRUMEN

Pada bab ini, akan dijabarkan dan dijelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

4.1 Hasil Persiapan Instrumen

Untuk mendapatkan instrumen yang valid, kuesioner telah di validasi oleh beberapa ahli dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS Statistics 25. Berikut adalah hasil persiapan instrumen tersebut.

4.1.1. Hasil Validasi Ahli

Sebelum menggunakan meCUE Kuesioner untuk mengevaluasi aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com, terlebih dahulu dilakukan penerjemahan bahasa pada kuesioner dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Terjemahan kemudian di validasi ke ahli bahasa Inggris yaitu Wing Setiawan, S.S. Berikut adalah hasil validasi expert Bahasa seperti yang terlihat pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Hasil Validasi Ekspert Bahasa

Indikator	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
Usefulness	The function of the product are exactly right for my goals.	Fungsi dari produk sangat sesuai / cocok dengan keinginan saya.
	I consider the product extremely useful.	Saya rasa produk ini sangat berguna.
	With the help of this product I will achieve my goal.	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai keinginan saya.
Usability	The product is easy to use.	Produk ini mudah digunakan.
	It is quickly apparent how to use the product.	Terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini.
	The operating procedures of the product are simple to understand.	Langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
Visual aesthetics	The product is creatively designed.	Produk ini didesain secara kreatif.

	The design looks attractive.	Desain dari produk ini terlihat menarik.
	The product is stylish.	Produk ini terlihat menawan.
Status	The product would enhance my standing among peers.	Produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara orang banyak.
	By using the product, I would be perceived differently.	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
	My friends could be quietly envious of this product.	Teman-teman saya bisa terlihat iri dengan produk ini.
Commitment	I could not live without this product.	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
	The product is like a friend to me.	Produk ini seperti teman bagi saya.
	If I ever lost the product, I would be devastated.	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
Positive Emotions	The product exhilarates me.	Produk ini membuat saya bergembira.
	The product makes me feel euphoric.	Produk ini membuat saya merasa sangat gembira.
	When using this product, I feel cheerful.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa senang.
	The product relaxes me.	Produk ini membuat saya tenang.
	The product makes me feel happy.	Produk ini membuat saya merasa senang.
	The product calms me.	Produk ini menenangkan saya.
Negative Emotions	The product annoys me.	Produk ini membuat saya merasa terganggu
	The product frustrates me.	Produk ini membuat saya frustrasi.

	The product angers me.	Produk ini membuat saya marah.
	The product makes me tired.	Produk ini membuat saya lelah.
	When using this product I feel exhausted.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa lelah.
	The product makes me feel passive.	Produk ini membuat saya merasa pasif.
Intention to Use	If I could, I would use the product daily.	Jika bisa saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
	I can hardly wait to use the product again.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
	When using the product, I lose track of time.	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
Product Loyalty	I would not swap this product for any other.	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
	In comparison to this product, no others come close.	Jika dibandingkan dengan produk yang lain tidak ada produk yang menyamai produk ini.
	I would get exactly this product for myself (again) at anytime.	Saya akan menggunakan produk ini kembali.

Setelah melakukan validasi terjemahan bahasa Inggris ke bahasa Indonesia yang baik dan benar, selanjutnya peneliti melakukan validasi tentang tata bahasa ke ahli UX, sehingga bahasa pada kuesioner tetap dapat sesuai dengan maksud dan tujuan kuesioner sesuai dengan tata bahasa untuk UX. Uji Validasi meCUE kuesioner melalui ekspert UX dilakukan oleh Dosen FILKOM yaitu Ismiarta Aknuranda, S.T, M.Sc, Ph.D. Tabel 4.2 dibawah ini merupakan hasil validasi berdasarkan saran UX yang kemudian telah di ubah dan disesuaikan oleh peneliti.

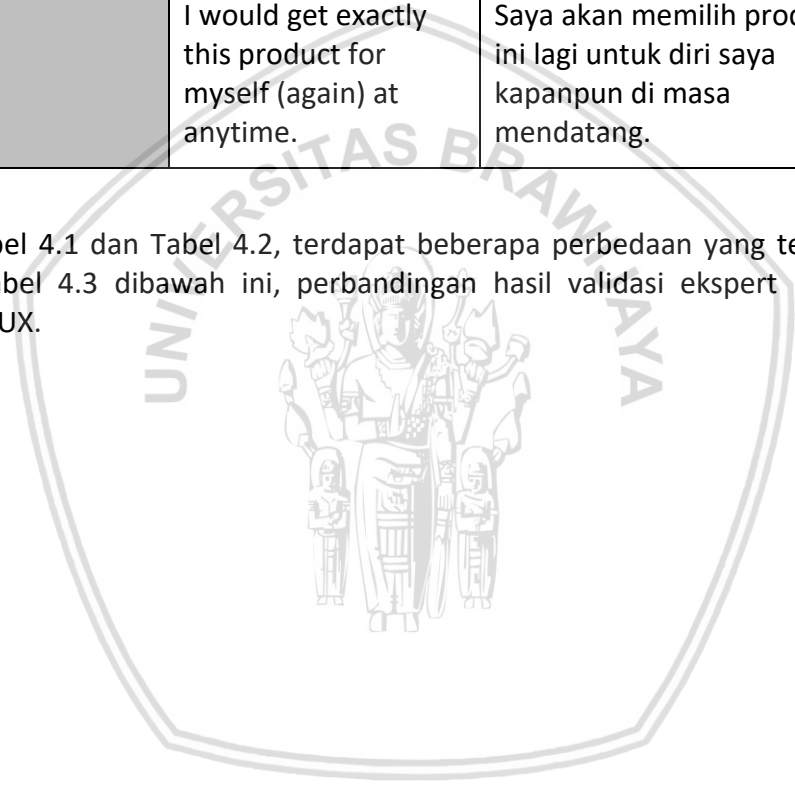
Tabel 4.2 Hasil Validasi Ekspert UX

Indikator	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (Ekspert UX)
Usefulness	The function of the product are exactly right for my goals.	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
	I consider the product extremely useful.	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
	With the help of this product I will achieve my goal.	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
Usability	The product is easy to use.	Produk ini mudah digunakan.
	It is quickly apparent how to use the product.	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.
	The operating procedures of the product are simple to understand.	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
Visual aesthetics	The product is creatively designed.	Produk ini didesain secara kreatif.
	The design looks attractive.	Desain dari produk ini terlihat menarik.
	The product is stylish.	Produk ini terlihat elegan.
Status	The product would enhance my standing among peers.	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
	By using the product, I would be perceived differently.	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
	My friends could be quietly envious of this product.	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.

Commitment	I could not live without this product.	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
	The product is like a friend to me.	Produk ini seperti teman bagi saya.
	If I ever lost the product, I would be devastated.	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
Positive Emotions	The product exhilarates me.	Produk ini membuat saya bergembira.
	The product makes me feel euphoric.	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
	When using this product, I feel cheerful.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
	The product relaxes me.	Produk ini membuat saya rileks.
	The product makes me feel happy.	Produk ini membuat saya merasa senang.
	The product calms me.	Produk ini menenangkan saya.
Negative Emotions	The product annoys me.	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
	The product frustrates me.	Produk ini membuat saya frustrasi.
	The product angers me.	Produk ini membuat saya marah.
	The product makes me tired.	Produk ini membuat saya lelah.
	When using this product I feel exhausted.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
	The product makes me feel passive.	Produk ini membuat saya merasa pasif.
Intention to Use	If I could, I would use the product daily.	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
	I can hardly wait to use the product	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini

	again.	kembali.
	When using the product, I lose track of time.	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
Product Loyalty	I would not swap this product for any other.	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
	In comparison to this product, no others come close.	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
	I would get exactly this product for myself (again) at anytime.	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.

Dari Tabel 4.1 dan Tabel 4.2, terdapat beberapa perbedaan yang terlihat jelas. Pada Tabel 4.3 dibawah ini, perbandingan hasil validasi ekspert bahasa dan ekspert UX.



Tabel 4.3 Hasil Perbandingan Ekspert Bahasa dan Ekspert UX

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (Ekspert Bahasa)	Bahasa Indonesia (Ekspert UX)
Usefulness	The function of the product are exactly right for my goals.	Fungsi dari produk sangat sesuai / cocok dengan keinginan saya.	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
	I consider the product extremely useful.	Saya rasa produk ini sangat berguna.	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
	With the help of this product I will achieve my goal.	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai keinginan saya.	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
Usability	The product is easy to use.	Produk ini mudah digunakan.	Produk ini mudah digunakan.
	It is quickly apparent how to use the product.	Terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini.	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.
	The operating procedures of the product are simple to understand.	Langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
Visual aesthetics	The product is creatively designed.	Produk ini didesain secara kreatif.	Produk ini didesain secara kreatif.
	The design looks attractive.	Desain dari produk ini terlihat menarik.	Desain dari produk ini terlihat menarik.
	The product is stylish.	Produk ini terlihat menawan.	Produk ini terlihat elegan.
Status	The product would enhance my standing among peers.	Produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara orang banyak.	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
	By using the	Dengan	Dengan

	product, I would be perceived differently.	menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
	My friends could be quietly envious of this product.	Teman-teman saya bisa terlihat iri dengan produk ini.	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
Commitment	I could not live without this product.	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
	The product is like a friend to me.	Produk ini seperti teman bagi saya.	Produk ini seperti teman bagi saya.
	If I ever lost the product, I would be devastated.	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
Positive Emotions	The product exhilarates me.	Produk ini membuat saya bergembira.	Produk ini membuat saya bergembira.
	The product makes me feel euphoric.	Produk ini membuat saya merasa sangat gembira.	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
	When using this product, I feel cheerful.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa senang.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
	The product relaxes me.	Produk ini membuat saya tenang.	Produk ini membuat saya rileks.
	The product makes me feel happy.	Produk ini membuat saya merasa senang.	Produk ini membuat saya merasa senang.
	The product calms me.	Produk ini menenangkan saya.	Produk ini menenangkan saya.
Negative Emotions	The product annoys me.	Produk ini membuat saya merasa terganggu	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
	The product frustrates me.	Produk ini membuat saya frustrasi.	Produk ini membuat saya frustrasi.
	The product angers me.	Produk ini membuat saya marah.	Produk ini membuat saya marah.
	The product	Produk ini membuat	Produk ini membuat

	makes me tired.	saya lelah.	saya lelah.
	When using this product I feel exhausted.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa lelah.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
	The product makes me feel passive.	Produk ini membuat saya merasa pasif.	Produk ini membuat saya merasa pasif.
Intention to Use	If I could, I would use the product daily.	Jika bisa saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
	I can hardly wait to use the product again.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
	When using the product, I lose track of time.	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
Product Loyalty	I would not swap this product for any other.	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
	In comparison to this product, no others come close.	Jika dibandingkan dengan produk yang lain tidak ada produk yang menyamai produk ini.	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
	I would get exactly this product for myself (again) at anytime.	Saya akan menggunakan produk ini kembali.	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.

Pada Tabel 4.3 diatas, hasil validasi dari Ekspert UX, telah di ujikan kepada beberapa pengguna untuk mengetahui apakah pengguna mengerti dengan kalimat-kalimat yang telah diartikan, maka hasil dari Ekspert UX telah di sesuaikan oleh hasil uji tersebut.

Pada Indikator *Usefulness*, kata 'keinginan' yang diartikan dari kata *goals* dari ekspert bahasa diubah menjadi kata 'tujuan' oleh ekspert UX karena arti 'tujuan' untuk *goals* lebih sesuai dibandingkan kata 'keinginan'. Selanjutnya, untuk kata *consider* dari ekspert bahasa yang mengartikannya menjadi 'rasa' diubah menjadi 'menganggap' oleh ekspert UX.

Pada Indikator *Usability*, kalimat *It is quickly apparent how to use the product*, diubah dari 'terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini' menjadi 'cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas' oleh ekspert UX. Berdasarkan arti dari *quickly apparent*, ekspert UX memiliki pendapat bahwa kata-kata ini memiliki arti 'dengan cepat terlihat jelas' sehingga tata bahasanya diubah menjadi seperti diatas.

Pada Indikator *Visual Aesthetic*, kalimat *The product is stylish* juga memiliki sedikit perubahan dari 'produk ini terlihat menawan' menjadi 'produk ini terlihat elegan'. Karena kata *stylish* untuk pada indikator ini menunjukkan suatu keindahan dari sebuah tampilan, sehingga kata menawan maupun elegan dapat digunakan namun, elegan menjadi kata yang lebih cocok untuk digunakan pada kalimat ini.

Pada Indikator *Status*, kalimat *The product would enhance my standing among peers* yang sebelumnya diartikan 'produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara orang banyak' diubah menjadi 'produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya' oleh ekspert UX, karena kata posisi dirasa kurang umum dan membingungkan, maka 'posisi' diubah menjadi 'status' dan *peers* pada kalimat ini lebih cocok diartikan secara spesifik sebagai teman-teman sebaya atau sejawat. Maka kalimat selanjutnya yang diubah pada Indikator ini adalah kalimat *My friends could be quietly envious of this product*. Sebelumnya, kalimat ini memiliki arti 'teman-teman saya bisa terlihat iri dengan produk ini', kemudian diubah oleh ekspert UX menjadi 'teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini', yang memiliki arti lebih mirip dengan kalimat asalnya.

Pada Indikator *Positive Emotions*, terdapat beberapa kata-kata yang jika diartikan menjadi bahasa Indonesia bisa diartikan menjadi satu kata yang sama. Seperti *exhilarate*, *euphoric*, *cheerful*, dan *happy* dapat diartikan menjadi 'senang'. Namun, seperti hasil validasi dari ekspert UX, kata-kata ini sebaiknya diartikan menjadi kata-kata yang berbeda. Kata-kata yang dicantumkan pada kuesioner ini menggunakan kata 'senang' dari kata pada bahasa Inggris yang berbeda-beda sehingga harus diartikan dalam bahasa Indonesia dengan kata yang berbeda pula. Maka, kata *exhilarate* diubah menjadi 'gembira', *euphoric* diubah menjadi 'sukacita', *cheerful* diubah menjadi 'riang', dan *happy* tetap memiliki arti 'senang'. Begitu pula dengan kata *relax* dan *calm* yang keduanya dapat diartikan menjadi tenang. Namun, seperti yang terlihat di Tabel 4.3 kata *relax* diubah menjadi 'rileks' dan *calm* tetap diartikan sebagai 'tenang'. Perubahan ini bertujuan untuk membedakan kata-kata sesuai dengan kuesioner meCUE versi bahasa Inggris.

Pada Indikator *Negative Emotions* tidak banyak yang berubah, hanya kalimat *When using this product I feel exhausted* yang memiliki perubahan. *Exhausted* diartikan menjadi 'sangat lelah'.

Pada Indikator *Product Loyalty*, kalimat *I would get exactly this product for myself (again) at anytime*, memiliki perubahan yang cukup terlihat. Jika sebelumnya kalimat tersebut diartikan menjadi 'Saya akan menggunakan produk ini kembali', maka kemudia kalimat tersebut diubah oleh ekspert UX menjadi 'Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang', sehingga memiliki penekanan yang lebih mirip dengan bahasa Inggrisnya.

Sehingga, berdasarkan Uji Validasi oleh Ekspert Bahasa dan Ekspert UX, hasil akhir kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia adalah seperti pada Tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.4 Hasil Akhir meCUE Versi Bahasa Indonesia

ID Code	Item
U.1	Produk ini mudah digunakan.
A.1	Produk ini didesain secara kreatif.
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
C.2	Produk ini seperti teman bagi saya.
A.3	Produk ini terlihat elegan.
C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
U.3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
PA.1	Produk ini membuat saya bergembira.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.

NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.
ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
PD.2	Produk ini membuat saya merasa senang.
NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.
PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.
PD.3	Produk ini menenangkan saya.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.
IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?

Setelah pengujian dilakukan ke ahli bahasa dan ahli *User Experience*, kuesioner diberikan kepada 3 ahli *User Experience* lainnya untuk mendapatkan skor dari tiap butir pernyataan. Skor ini akan dihitung untuk mendapatkan hasil validitas dari setiap item pernyataan pada kuesioner berdasarkan penilaian 3 ahli UX tersebut. Kuesioner dinilai oleh 3 dosen FILKOM Universitas Brawijaya yaitu Adam Hendra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc. (sebagai ahli UX 1), Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd. (sebagai ahli UX 2), dan Komang Candra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc. (sebagai ahli UX 3). Setiap butir pernyataan diberikan 5 kolom penilaian yang dapat dipilih oleh masing-masing penilai. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju). Hasil Validitas ini akan dijadikan acuan untuk melakukan *pilot study* yang dilaksanakan sebelum uji sebenarnya, sehingga nantinya diketahui seberapa paham calon responden terhadap kuesioner yang akan dibagikan. Hasil dari skor yang telah diberikan dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5 Skor untuk Validasi Ahli

Indikator	Kode	Pernyataan	Ahli UX 1	Ahli UX 2	Ahli UX 3
Module I					
Usefulness	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	5	4	4
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	3	2	4
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	5	4	4
Usability	U1	Produk ini mudah digunakan.	5	4	4
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	4	3	4
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	4	4	4
Visual aesthetics	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	5	4	4
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	5	4	4
	A3	Produk ini terlihat elegan.	3	3	4
Status	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	3	4	4
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	2	3	4
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	4	3	4
Commitment	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	5	4	4

	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	5	4	4
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	3	2	4
Module II					
Positive Emotions	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	4	3	4
	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	4	3	4
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	4	3	4
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	5	4	4
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	5	4	4
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	5	4	4
Negative Emotions	NA2	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	5	3	4
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	5	4	4
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	5	4	4
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	5	4	4
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	5	4	4
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	5	4	4
Module III					
Intention to Use	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	4	4	4
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk	5	4	4

		menggunakan produk ini kembali.			
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	5	4	4
Product Loyalty	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	5	4	4
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	4	4	4
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	4	4	4

Dengan skor diatas, Uji Validasi ahli dapat dihitung dengan persamaan Aiken. Hasil dari perhitungan persamaan Aiken tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini. Perhitungan dibawah ini dikategorikan sesuai dengan Module seperti pada tabel diatas.

Tabel 4.6 Tabel Hasil Perhitungan Validasi Ahli

Indikator	Kode	Pernyataan	V
Modul I			
Usefulness	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	0,83
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,50
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	0,83
Usability	U1	Produk ini mudah digunakan.	0,83
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	0,67

	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	0,75
Visual aesthetics	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	0,83
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	0,83
	A3	Produk ini terlihat elegan.	0,58
Status	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	0,67
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,50
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,58
Commitment	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	0,83
	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	0,83
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,50
Modul II			
Positive Emotions	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	0,67
	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	0,67
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	0,67
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	0,83
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	0,83

	PD3	Produk ini menenangkan saya.	0,83
Negative Emotions	NA1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	0,75
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	0,83
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	0,83
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	0,83
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	0,83
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	0,83
Modul III			
Intention to Use	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	0,75
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	0,83
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	0,83
Product Loyalty	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	0,83
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	0,75
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	0,75

Dari Tabel 4.6 diatas, ada 5 butir pernyataan yang nilainya dibawah 0,69. Tabel 4.7 berikut berisi pernyataan yang tidak valid tersebut.

Tabel 4.7 Pernyataan Tidak Valid Hasil Validasi Ahli

F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,50
A3	Produk ini terlihat elegan.	0,58
S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,50
S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,58
C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,50

Pernyataan yang tidak valid telah diberikan masukkan sehingga pernyataan tersebut harus diberikan catatan saat pengedaran kuesioner nantinya. Berikut adalah Tabel 4.8 yang berisi pernyataan kuesioner beserta catatan untuk mempermudah responden dalam memahami pernyataan yang ada.

Tabel 4.8 Kuesioner dan Catatan atau Keterangannya

ID Code	Item	Catatan/Keterangan
U.1	Produk ini mudah digunakan.	-
A.1	Produk ini didesain secara kreatif.	-
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	Misal tujuan Anda adalah melihat jadwal kereta api, dan Aplikasi KAI Access dapat menunjukkan hasil jadwal yang sesuai, maka Aplikasi KAI Access sesuai dengan tujuan Anda.
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	Maksudnya: dengan menggunakan Aplikasi KAI Access, derajat Anda dapat terlihat lebih baik atau lebih tinggi

		dibandingkan dengan teman Anda yang menggunakan aplikasi serupa yang berbeda.
C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	-
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	-
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	Maksudnya: cara menggunakan/penggunaan Aplikasi KAI Access dapat dipahami dengan mudah pada saat pertama kali menggunakan.
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	Maksudnya: dengan menggunakan Aplikasi KAI Access, Anda akan dipandang secara berbeda oleh orang disekitar Anda (Anda akan diterima oleh orang disekitar Anda secara lebih baik). Sehingga orang lain dapat berpendapat seperti misal: 'Anda memiliki pengetahuan yang baik sehingga dapat menggunakan aplikasi ini'.
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	-
C.2	Produk ini seperti teman bagi saya.	Maksudnya: kapanpun dan dimanapun Anda ingin memesan tiket kereta api/melihat jadwal kereta api, Anda selalu teringat dan menggunakan Aplikasi KAI Access.
A.3	Produk ini terlihat elegan.	Maksudnya: Aplikasi KAI Access terlihat stylish.
C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya	Maksudnya: Jika Anda tidak dapat menggunakan

	akan merasa kacau.	Aplikasi KAI Access, Anda akan merasa bingung karena kesulitan mencari aplikasi lain yang sejenis.
U.3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	-
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	Maksudnya: Teman-teman Anda yang melihat Anda menggunakan Aplikasi KAI Access, diam-diam iri kepada Anda karena Anda dapat menggunakan Aplikasi KAI Access.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	Maksudnya: dengan menggunakan Aplikasi KAI Access, tujuan Anda dapat tercapai. Misal tujuan Anda adalah memesan tiket kereta api untuk malam ini, dan dengan Aplikasi KAI Access, Anda dapat menyelesaikan pesanan Anda dengan baik, maka Aplikasi KAI Access telah membantu Anda mencapai tujuan Anda.
PA.1	Produk ini membuat saya bergembira.	Maksudnya: Aplikasi KAI Access menyenangkan untuk Anda. Misal: dengan fitur nya yang banyak dan interaktif dan gambarnya yang menarik maka Anda merasa senang untuk menggunakan Aplikasi KAI Access.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.	Misal: warna yang digunakan terlalu cerah, tulisan terlalu kecil, tombol terlalu kecil sehingga membuat mata

		Anda lelah.
NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	Misal: saat menggunakan Aplikasi KAI Access, banyak warna yang tidak sesuai sehingga Anda merasa terganggu dengan warna tersebut. Atau ada beberapa tulisan, gambar, atau tombol yang terlalu besar atau kecil, notifikasi yang mengganggu, peletakkan tulisan, gambar, atau tombol yang tidak sesuai, sehingga Anda merasa terganggu saat menggunakan Aplikasi KAI Access.
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.	Misal: ketika Anda terburu-buru ingin memesan tiket kereta api, dan tidak memiliki waktu untuk datang ke stasiun, Anda menjadi rileks/tenang karena Anda tahu bahwa hanya dengan menggunakan Aplikasi KAI Access, Anda dapat memesan tiket kereta api dengan mudah.
ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	Misal: saat menggunakan Aplikasi KAI Access Anda merasa lelah karena harus menekan dan memasukkan banyak pilihan atau proses transaksi terlalu panjang dan banyak opsi yang harus dipilih.
PD.2	Produk ini membuat saya merasa senang.	Misal: Aplikasi KAI Access memiliki fitur yang tidak terlalu banyak sehingga terlihat sederhana dan mudah digunakan, dan hal tersebut menjadikan

		Anda senang untuk menggunakan Aplikasi KAI Access.
NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.	Misal: ketika Anda ingin mencari tiket kereta api untuk tanggal 7, namun yang terpilih adalah tanggal 9 dan itu terjadi secara berulang kali, maka hal tersebut membuat Anda frustrasi. Atau misal, ketika sedang mencari stasiun tujuan, Anda harus memilih secara manual dan scroll ke bawah dan tidak bisa mencari secara otomatis dengan memasukkan kata kunci saja, maka Anda merasa frustrasi dengan hal ini.
PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	Misal: dengan menggunakan Aplikasi KAI Access, Anda dapat mengumpulkan poin, sehingga Anda merasa sangat bersukacita untuk menggunakan aplikasi dan mengumpulkan poinnya.
ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	-
PD.3	Produk ini menenangkan saya.	Misal: saat akan melakukan perjalanan menggunakan kereta api dan melakukan pemesanan melalui Aplikasi KAI Access, Anda tidak harus mencetak tiket kereta api karena terdapat e-ticket pada aplikasi, sehingga hal ini menenangkan Anda karena Anda tidak harus buru-buru ke stasiun

		untuk mencetak tiket.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	Misal: ketika menggunakan produk ini Anda bisa mendapatkan poin dari transaksi, menemukan tombol atau gambar yang interaktif sehingga Anda merasa riang saat menggunakan Aplikasi KAI Access ini.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.	Misal: karena banyak fitur yang tidak dapat digunakan dengan baik. Atau terjadi kesalahan tanggal saat tiket terbit, padahal tanggal yang telah dimasukkan sudah benar.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	-
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	-
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	-
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	-
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	Maksudnya: kedepannya, Anda akan terus menggunakan Aplikasi KAI Access lagi secara terus menerus saat Anda membutuhkan tiket kereta api.
IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	-
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?	-

Hasil diatas merupakan hasil yang telah disepakati oleh 3 ahli *User Experience* bahwa jika kuesioner disebarakan tanpa harus mengubah kalimat yang telah ada, dapat ditambahkan catatan yang dapat mempermudah responden dalam memahami kalimat dari pernyataan kuesioner yang ada. Maka dari itu, berdasarkan kesepakatan ahli, dengan adanya catatan untuk kuesioner diatas, dapat dianggap telah mengatasi butir pernyataan yang tidak valid. Beberapa pernyataan diatas tidak memiliki catatan atau keterangan dikarenakan telah dianggap mudah dimengerti oleh responden berdasarkan diskusi dan dari masukan oleh ahli *user experience*.

4.1.2. Hasil Uji Validitas

Untuk mendapatkan hasil uji validitas, *pilot study* telah dilakukan kepada 30 calon responden. Kuesioner yang telah disebarakan diberikan 1 (sangat tidak setuju) sampai 7 (sangat setuju) skala likert yang dapat dipilih oleh responden untuk menilai *user experience* terhadap aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com. Berikut ini adalah hasil uji validitas kuesioner meCUE menggunakan SPSS Statistics 25 dengan menggunakan perhitungan scale *if item deleted*.

A. Hasil Uji Validitas Module I Aplikasi KAI Access

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa 15 pernyataan yang terdapat pada Module I aplikasi KAI Access seluruhnya valid karena tidak ada nilai yang berada dibawah 0,3610. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Module I Aplikasi KAI Access

Indikator	Kode	Item	V
Usefulness	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	0,379
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,649
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	0,487
Usability	U1	Produk ini mudah digunakan.	0,736
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	0,793
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	0,667
Visual aesthetics	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	0,656
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	0,846
	A3	Produk ini terlihat elegan.	0,785

Status	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	0,744
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,720
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,703
Commitment	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	0,697
	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	0,864
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,615

B. Hasil Uji Validitas Module II Aplikasi KAI Access

Hasil uji validitas pada Module II aplikasi KAI Access menunjukkan bahwa dari 12 pernyataan yang ada, terdapat satu pernyataan yang tidak valid, yaitu pernyataan dengan kode PD2. Ini bisa disebabkan karena tampilan KAI yang kurang menarik sehingga pengguna memberi nilai rendah pada pernyataan ini. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah ini.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Module II Aplikasi KAI Access

Indikator	Kode	Item	V
Positive Emotions	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	0,513
	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	0,621
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	0,583
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	0,513
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	0,260
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	0,493
Negative Emotions	NA1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	0,626
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	0,663
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	0,599
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	0,455
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya	0,717

		merasa sangat lelah.	
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	0,644

C. Hasil Uji Validitas Module III Aplikasi KAI Access

Hasil uji validitas pada Module III aplikasi KAI Access menunjukkan bahwa dari 6 pernyataan yang ada, terdapat satu pernyataan yang tidak valid, yaitu pernyataan dengan kode IN3. Hal ini dapat disebabkan karena aplikasi KAI Access yang tidak memiliki banyak fitur sehingga rata-rata pengguna tidak memerlukan waktu banyak saat menggunakan aplikasi. Maka dari itu pengguna memberi nilai rendah untuk pernyataan ini. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.11 dibawah ini.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Module III Aplikasi KAI Access

Indikator	Kode	Item	V
Intention to Use	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	0,661
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	0,782
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	0,358
Product Loyalty	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	0,869
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	0,846
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	0,618

D. Hasil Uji Validitas Module I Aplikasi Tiket.com

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa 15 pernyataan yang terdapat pada Module I aplikasi Tiket.com terdapat tiga pernyataan yang tidak valid, yaitu C1, C2, dan C3. Hal ini dapat disebabkan karena pengguna merasa masih ada produk sejenis yang dapat digunakan jika aplikasi ini tidak ada, sehingga tidak ada komitmen pengguna untuk menggunakan aplikasi ini. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.12 dibawah ini.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Module I Aplikasi Tiket.com

Indikator	Kode	Item	V
Usefulness	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan	0,769

		tujuan saya.	
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,794
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	0,700
Usability	U1	Produk ini mudah digunakan.	0,728
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	0,759
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	0,774
Visual aesthetics	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	0,711
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	0,704
	A3	Produk ini terlihat elegan.	0,736
Status	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	0,618
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,526
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,390
Commitment	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	0,276
	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	0,276
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,043

E. Hasil Uji Validitas Module II Aplikasi Tiket.com

Hasil uji validitas pada Module II aplikasi Tiket.com menunjukkan bahwa dari 12 pernyataan yang ada, terdapat satu pernyataan yang tidak valid, yaitu pernyataan dengan kode PA1. Hal ini dapat disebabkan karena tombol atau ikon pada fitur pemesanan kereta api membosankan, sehingga pengguna memberikan nilai rendah pada pernyataan ini. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.13 dibawah ini.

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Module II Aplikasi Tiket.com

Indikator	Kode	Item	V
Positive Emotions	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	0,275

	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	0,361
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	0,624
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	0,717
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	0,494
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	0,563
Negative Emotions	NA1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	0,578
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	0,516
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	0,666
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	0,744
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	0,669
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	0,666

F. Hasil Uji Validitas Module III Aplikasi Tiket.com

Hasil uji validitas pada Module III aplikasi Tiket.com menunjukkan bahwa dari 6 pernyataan yang ada, seluruh pernyataan dinyatakan valid. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.14 dibawah ini.

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Module III Aplikasi Tiket.com

Indikator	Kode	Item	V
Intention to Use	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	0,760
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	0,646
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	0,717
Product Loyalty	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	0,880
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	0,907
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	0,772

4.1.3. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah kuesioner di uji validitasnya, pernyataan yang valid di uji reliabilitasnya. Setiap pernyataan yang tidak valid, akan dihilangkan dan tidak diikutsertakan kedalam uji reliabilitas. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas kuesioner meCUE menggunakan SPSS Statistics 25 dengan menggunakan model *Alpha*.

A. Hasil Uji Reliabilitas Module I Aplikasi KAI Access

Tabel 4.15 dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas *cronbach alpha* pada Module I aplikasi KAI Access. Hasil menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan *reliable* dan hasil *Cronbach's Alpha* untuk Module I adalah 0,920, dimana nilai tersebut diatas nilai yang 0,70 dan dinyatakan *reliable*.

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Module I Aplikasi KAI Access

Indikator	Kode	Item	Cronbach's Alpha
Module I			0,920
Usefulness	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	0,923
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,915
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	0,920
Usability	U1	Produk ini mudah digunakan.	0,913
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	0,911
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	0,915
Visual aesthetics	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	0,915
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	0,908
	A3	Produk ini terlihat	0,911

		elegan.	
Status	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	0,912
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,913
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,914
Commitment	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	0,914
	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	0,908
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,921

B. Hasil Uji Reliabilitas Module II Aplikasi KAI Access

Hasil uji reliabilitas pada Module II aplikasi KAI Access menunjukkan bahwa dari 11 butir pernyataan, seluruh pernyataan dinyatakan *reliable* dan hasil *Cronbach's Alpha* untuk Module II adalah 0,811, dimana nilai tersebut diatas nilai yang 0,70 dan dinyatakan *reliable*. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Module II Aplikasi KAI Access

Indikator	Kode	Item	<i>Cronbach's Alpha</i>
Module II			0,811
Positive Emotions	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	0,807
	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	0,799
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	0,799
	PD1	Produk ini membuat saya	0,809

		rileks.	
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	0,814
Negative Emotions	NA1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	0,782
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	0,781
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	0,789
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	0,807
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	0,776
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	0,785

C. Hasil Uji Reliabilitas Module III Aplikasi KAI Access

Pada Module III uji reliabilitas aplikasi KAI Access, seluruh pernyataan dinyatakan *reliable* dengan *Cronbach's Alpha* untuk Module III adalah 0,832. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.17 dibawah ini.

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Module III Aplikasi KAI Access

Indikator	Kode	Item	<i>Cronbach's Alpha</i>
Module III			0,832
Intention to Use	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	0,812
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	0,793
Product Loyalty	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	0,755
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	0,795

	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	0,828
--	----	---	-------

D. Hasil Uji Reliabilitas Module I Aplikasi Tiket.com

Tabel 4.18 dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas Module I aplikasi Tiket.com. Module I memiliki nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,910 yang berarti *reliable* dan seluruh pernyataan yang ada di dalamnya juga dinyatakan *reliable* karena memiliki nilai diatas 0,70.

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Module I Aplikasi Tiket.com

Indikator	Kode	Item	Cronbach's Alpha
Module I			0,910
Usefulness	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	0,894
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,892
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	0,900
Usability	U1	Produk ini mudah digunakan.	0,898
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	0,895
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	0,895
Visual aesthetics	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	0,903
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	0,903
	A3	Produk ini terlihat elegan.	0,898
Status	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	0,908
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat	0,917

		berbeda.	
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,925

E. Hasil Uji Reliabilitas Module II Aplikasi Tiket.com

Tabel 4.19 dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas pada Module II aplikasi Tiket.com. Module II memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,825. Module II dan seluruh item yang terdapat didalamnya, dinyatakan *reliable* karena memiliki nilai diatas 0,70.

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Module II Aplikasi Tiket.com

Indikator	Kode	Item	Cornbach's Alpha
Module II			0,825
Positive Emotions	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	0,834
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	0,811
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	0,797
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	0,819
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	0,818
	NA1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	0,810
Negative Emotions	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	0,820
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	0,800
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	0,793
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	0,803
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	0,803

F. Hasil Uji Reliabilitas Module III Aplikasi Tiket.com

Hasil uji reliabilitas pada Module III aplikasi KAI Access menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang terdapat pada Module III dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas 0,70. Module III memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,874. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.20 dibawah ini.

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Module III Aplikasi Tiket.com

Indikator	Kode	Item	Cronbach's Alpha
Module III			0,874
Intention to Use	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	0,858
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	0,874
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	0,865
Product Loyalty	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	0,828
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	0,823
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	0,853

4.2 Pengambilan Data

Pada penelitian ini, sample yang akan diambil adalah sebanyak 45 responden merujuk kepada pembahasan pada bab 3. Responden dengan kriteria, 1) pernah menggunakan aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com (bagian pemesanan tiket kereta api) atau 2) sering menggunakan aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com (bagian pemesanan tiket kereta api) merupakan responden yang valid dan dapat diambil sebagai sample, sehingga dapat menilai kedua aplikasi tersebut dengan baik. Data latar belakang pengguna responden dijadikan

acuan untuk mengetahui apakah responden cocok dengan kriteria yang ditentukan atau tidak.

4.2.1 Penyebaran Kuesioner Akhir

Setelah melalui proses uji validasi ahli, uji validitas dan uji reliabilitas, kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia yang akan menjadi instrumen dalam penelitian ini telah siap di sebar ke 45 responden. Berikut adalah Tabel 4.21 yang menunjukkan hasil akhir kuesioner aplikasi KAI Access yang akan disebar kepada responden.

Tabel 4.21 Tabel Kuesioner Akhir untuk Aplikasi KAI Access

ID Code	Item
U.1	Produk ini mudah digunakan.
A.1	Produk ini didesain secara kreatif.
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
C.2	Produk ini seperti teman bagi saya.
A.3	Produk ini terlihat elegan.
C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
U.3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
PA.1	Produk ini membuat saya bergembira.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.
NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.

ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.
PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.
PD.3	Produk ini menenangkan saya.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?

Berikut dibawah ini adalah Tabel 4.22 yang menunjukkan hasil akhir kuesioner aplikasi Tiket.com yang akan disebar kepada responden.

Tabel 4.22 Tabel Kuesioner Akhir untuk Aplikasi Tiket.com

ID Code	Item
U.1	Produk ini mudah digunakan.
A.1	Produk ini didesain secara kreatif.
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
A.3	Produk ini terlihat elegan.

U.3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.
NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.
ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
PD.2	Produk ini membuat saya merasa senang.
NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.
PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.
PD.3	Produk ini menenangkan saya.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.
IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penyebaran kepada responden, didapatkan 45 hasil responden yang valid dan sesuai untuk memenuhi sampel pada penelitian ini. Hasil yang valid telah dimasukkan dan dihitung didalam perhitungan meCUE versi 4 Module dan memiliki hasil sebagai berikut.

5.1 Hasil Evaluasi

Pada bagian ini, akan dijelaskan hasil evaluasi untuk aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com pada bagian pemesanan tiket kereta api menggunakan kuesioner meCUE.

5.1.1. Hasil Evaluasi Aplikasi KAI Access

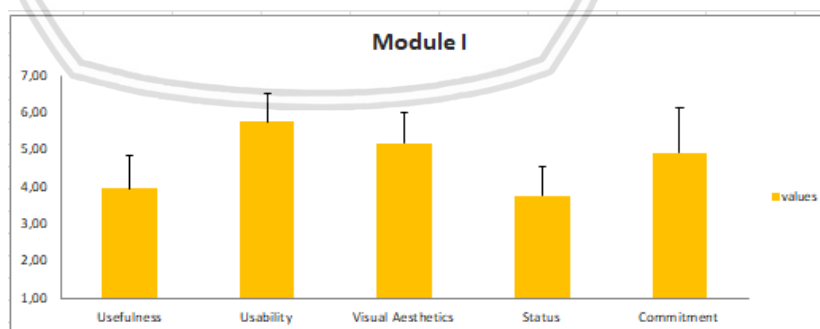
5.1.1.1. Hasil Evaluasi Module I pada Aplikasi KAI Access

A. Module I

Module I memiliki 5 indikator yang berkaitan dengan *product perceptions*. Berikut rincian dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Usefulness*: 3,96
2. *Usability*: 5,75
3. *Visual Aesthetic*: 5,18
4. *Status*: 3,77
5. *Commitment*: 4,91

Seluruh nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.1 dibawah ini.



Gambar 5.1 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi KAI Access

Hasil nilai rata-rata tertinggi dimiliki oleh indikator *usability* dengan nilai 5,75, sementara yang terendah adalah nilai *status* dengan nilai 3,77. Berdasarkan hasil nilai *usability* ini, berarti pengguna menilai aplikasi KAI Access merupakan aplikasi yang

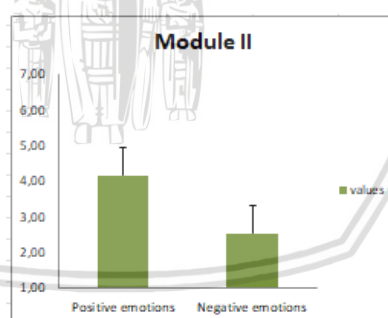
berguna karena nilainya hampir mendekati angka 7 dari nilai maksimum penilaian. *Usability* sendiri adalah aspek yang mengukur seberapa mudah produk digunakan. Sementara untuk indikator *usefulness*, pengguna menilai aplikasi ini memiliki tingkat kegunaan yang cukup rendah dengan hanya rata-rata nilai 3,96. Untuk indikator *visual aesthetic*, nilai 5,18 dari hasil rata-rata berarti pengguna sudah cukup puas dengan tampilan KAI Access. Indikator *status* yang berhubungan dengan status sosial memiliki nilai yang terendah, ini berarti pengguna tidak merasa bahwa dirinya dipandang berbeda ketika menggunakan aplikasi KAI Access. Sementara untuk indikator *commitment*, pengguna memiliki minat yang cukup untuk kembali menggunakan aplikasi ini lagi.

B. Module II

Module II memiliki 2 indikator yang berkaitan dengan *emotions*. Berikut rincian dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Positive emotions*: 4,14
2. *Negative emotions*: 2,52

Seluruh nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.2 dibawah ini.



Gambar 5.2 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi KAI Access

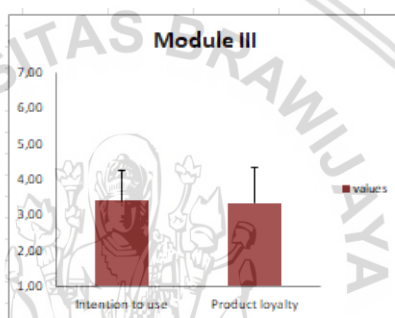
Hasil nilai rata-rata *positive emotions* yang menunjukkan bahwa pengguna rata-rata memiliki perasaan positif yang cukup baik ketika menggunakan aplikasi KAI Access dan memiliki perasaan negatif yang kecil saat menggunakan aplikasi ini.

C. Module III

Module III memiliki 2 indikator yang berkaitan dengan *consequences of use*. Berikut rincian dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Intention to use*:
3,40
2. *Product loyalty*:
3,33

Seluruh nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.3 dibawah ini.

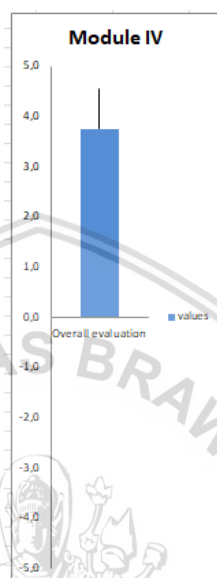


Gambar 5.3 Hasil Evaluasi Module III Aplikasi KAI Access

Hasil nilai rata-rata *intention to use* dan *product loyalty* menunjukkan bahwa pengguna memiliki keinginan yang kecil untuk menggunakan produk ini terlihat dari nilai yang berada di angka 3,40 dan 3,30.

D. Module IV

Module IV menilai keseluruhan nilai dari aplikasi KAI Access. Nilai rata-rata untuk keseluruhan dari aplikasi KAI Access adalah 3,8. Nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.4 dibawah ini.



Gambar 5.4 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi KAI Access

Berdasarkan nilai diatas, ini berarti aplikasi ini dinilai sangat kurang oleh pengguna karena hanya dapat mencapai nilai 3,8.

5.1.2. Hasil Evaluasi Aplikasi Tiket.com

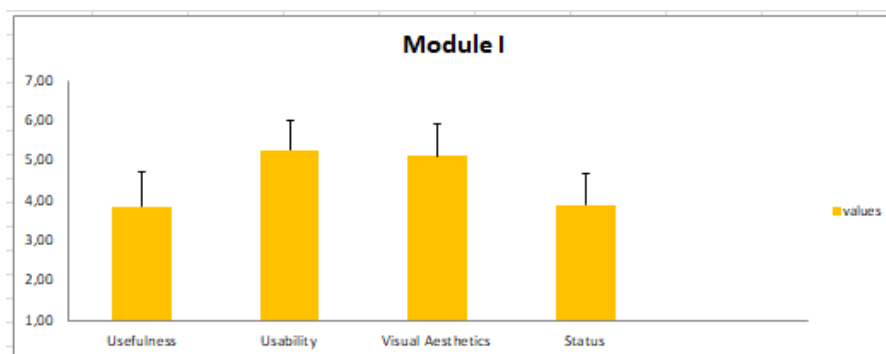
5.1.2.1. Hasil Evaluasi Module I pada Aplikasi Tiket.com

A. Module I

Module I untuk aplikasi Tiket.com memiliki 4 indikator yang berkaitan dengan *product perceptions*. Berikut rincian dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Usefulness*: 3,84
2. *Usability*: 5,25
3. *Visual Aesthetic*: 5,12
4. *Status*: 3,88

Seluruh nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.5 dibawah ini.



Gambar 5.5 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi Tiket.com

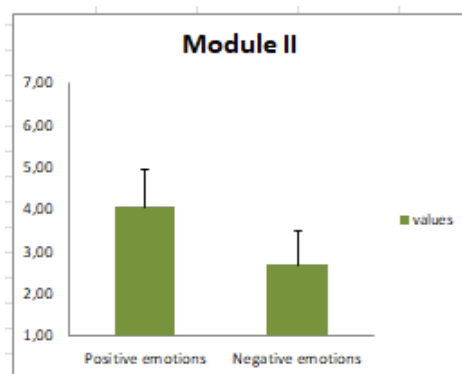
Hasil nilai rata-rata tertinggi dimiliki oleh indikator *usability* dengan nilai 5,12, sementara yang terendah adalah nilai *status* dengan nilai 3,88. Berdasarkan hasil nilai *usability* ini, berarti pengguna menilai aplikasi Tiket.com. Sementara untuk indikator *usefulness*, pengguna menilai aplikasi ini memiliki tingkat kegunaan yang cukup rendah dengan hanya rata-rata nilai 3,84. Untuk indikator *visual aesthetic*, nilai 5,12 dari hasil rata-rata berarti pengguna sudah cukup puas dengan tampilan Tiket.com. Indikator *status* yang berhubungan dengan status sosial memiliki nilai yang terendah, ini berarti pengguna tidak merasa bahwa dirinya dipandang berbeda ketika menggunakan aplikasi KAI Access.

B. Module II

Module II memiliki 2 indikator yang berkaitan dengan *emotions*. Berikut rincian dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Positive emotions*: 4,04
2. *Negative emotions*: 2,67

Seluruh nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.6 dibawah ini.



Gambar 5.6 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Tiket.com

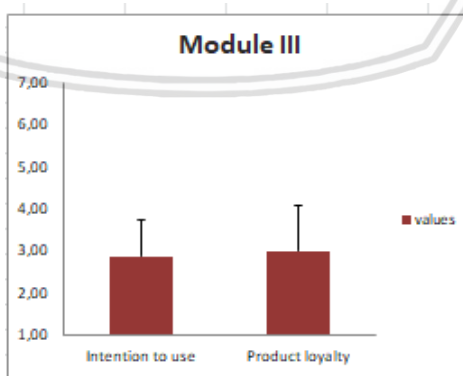
Hasil nilai rata-rata *positive emotions* yang menunjukkan bahwa pengguna rata-rata memiliki perasaan positif yang cukup baik ketika menggunakan aplikasi Tiket.com dan memiliki perasaan negatif yang kecil saat menggunakan aplikasi ini.

C. Module III

Module III memiliki 2 indikator yang berkaitan dengan *consequences of use*. Berikut rincian dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Intention to use*: 2,87
2. *Product loyalty*: 2,98

Seluruh nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.7 dibawah ini.



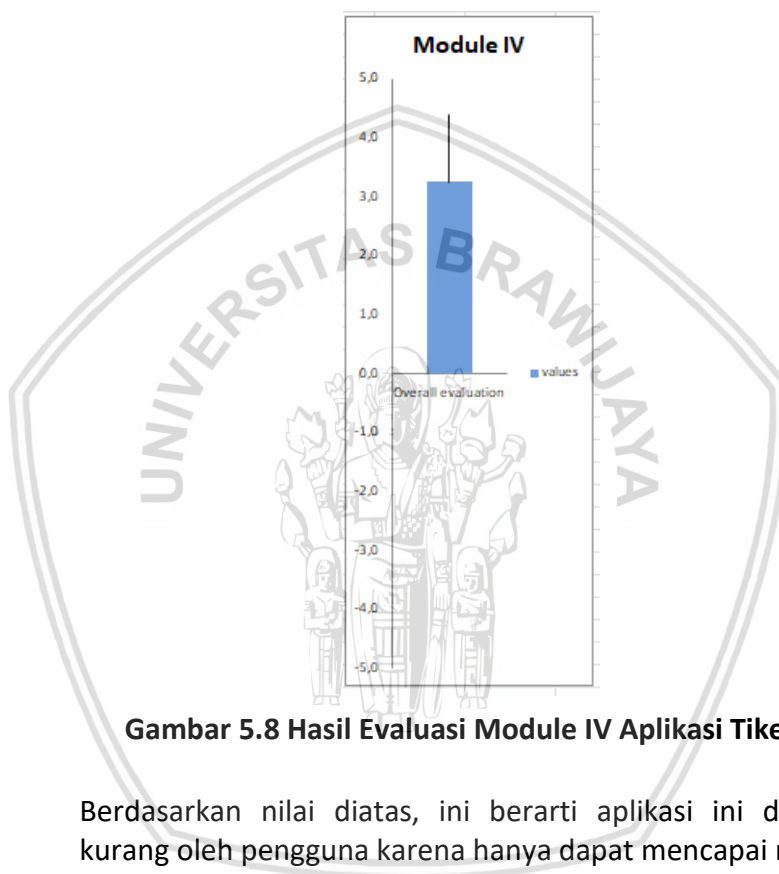
Gambar 5.7 Hasil Evaluasi Module III Aplikasi Tiket.com

Hasil nilai rata-rata *intention to use* dan *product loyalty* menunjukkan bahwa pengguna memiliki keinginan yang kecil

untuk menggunakan produk ini terlihat dari nilai yang berada di angka 2,87 dan 2,98.

D. Module IV

Module IV menilai keseluruhan nilai dari aplikasi Tiket.com. Nilai rata-rata untuk keseluruhan dari aplikasi Tiket.com adalah 3,3. Nilai diatas dapat dilihat secara grafis melalui Gambar 5.8 dibawah ini.



Gambar 5.8 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi Tiket.com

Berdasarkan nilai diatas, ini berarti aplikasi ini dinilai sangat kurang oleh pengguna karena hanya dapat mencapai nilai 3,3.

5.2 Hasil Perbandingan Evaluasi

Berikut adalah tabel yang menunjukkan perbandingan nilai dari aplikasi KAI Access dan aplikasi Tiket.com.

Tabel 5.1 Hasil Perbandingan Evaluasi

Indikator	Nilai	
	Aplikasi KAI Access	Aplikasi Tiket.com
Usefulness	3,96	3,84
Usability	5,75	5,25
Visual Aesthetic	5,18	5,12
Status	3,77	3,88
Commitment	4,91	-
Positive Emotions	4,14	4,04
Negative Emotions	2,52	2,67
Intention to Use	3,40	2,87
Product Loyalty	3,33	2,98
Keseluruhan	3,8	3,3

Pada indikator *usefulness*, hasil yang didapatkan kedua aplikasi ini mendapatkan hasil yang tidak jauh berbeda, untuk aplikasi KAI Access, nilai yang didapatkan adalah 3,96 sementara aplikasi Tiket.com adalah 3,84 dimana hanya memiliki perbedaan sebesar 0,12. Namun ini berarti pengguna menganggap aplikasi KAI Access lebih berguna.

Pada indikator *usability*, hasil yang didapatkan kedua aplikasi ini mendapatkan hasil yang cukup terlihat, dengan perbedaan 0,5 dan yang mengungguli dari keduanya adalah KAI Access. Ini berarti pengguna menganggap aplikasi KAI Access lebih mudah digunakan dibandingkan aplikasi Tiket.com.

Pada indikator *visual aesthetic*, ditemukan perbedaan 0,06 yang berarti pengguna menganggap kedua aplikasi ini memiliki tingkat tampilan yang sama. Namun tetap yang mengungguli adalah aplikasi KAI Access.

Untuk indikator *status*, aplikasi Tiket.com mengungguli aplikasi KAI Access hanya dengan perbedaan 0,11, yang berarti pengguna merasa ketika menggunakan aplikasi aplikasi Tiket.com, statusnya meningkat diantara lingkungan sekitarnya.

Pada indikator *positive emotions*, hasil yang didapatkan kedua aplikasi ini mendapatkan hasil yang tidak jauh berbeda. KAI Access unggul 0,10 diatas aplikasi Tiket.com yang memiliki nilai 4,04. Dan ini berarti pengguna merasa lebih

memiliki emosi yang positif ketika menggunakan aplikasi KAI Access. sementara pada indikator *negative emotions*, aplikasi Tiket.com mendapatkan hasil yang kurang baik dibandingkan KAI Access, karena memiliki nilai emosi negatif yang lebih tinggi yaitu 2,67 sementara KAI Access memiliki nilai 2,52.

Pada indikator *intention to use*, aplikasi KAI Access mengungguli Tiket.com dengan nilai 3,40, sementara aplikasi Tiket.com hanya mendapatkan nilai rata-rata 2,87. Ini berarti pengguna lebih memilih aplikasi KAI Access dibandingkan aplikasi Tiket.com. Sementara pada indikator *product loyalty*, pengguna lebih setia untuk menggunakan KAI Access dibandingkan aplikasi Tiket.com berdasarkan nilai yang didapatkan, yaitu, nilai 3,33 untuk KAI access dan 2,98 untuk aplikasi Tiket.com.

Sementara untuk nilai keseluruhan aplikasi, KAI Access mengungguli aplikasi Tiket.com dengan nilai 3,8. Aplikasi Tiket.com hanya memiliki nilai 3,3 yang berarti pengguna memberi nilai yang lebih baik untuk KAI Access.



BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah yaitu:

1. Untuk mendapatkan kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia yang dapat dipahami dan mudah dimengerti responden, peneliti menggunakan uji validasi ahli untuk mendapatkan kuesioner yang valid sebelum digunakan untuk *pilot study*. Peneliti menggunakan *pilot study* untuk bisa mendapatkan hasil yang dapat diperhitungkan di alat bantu uji validitas dan reliabilitas SPSS Statistics 25 untuk *windows*.
2. Hasil uji validitas kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia untuk aplikasi KAI Access menunjukkan dua pernyataan dari 34 pernyataan tidak valid, yaitu PD2 (produk ini membuat saya merasa senang) dan IN3 (ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu).
3. Hasil uji validitas kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia untuk aplikasi Tiket.com menunjukkan dua pernyataan dari 34 pernyataan tidak valid, yaitu C1 (saya tidak bisa hidup tanpa produk ini), C2 (produk ini seperti teman bagi saya), C3 (jika saya kehilangan produk ini, saya akan merasa kacau), dan PA1 (produk ini membuat saya bergembira).
4. Hasil uji reliabilitas dari seluruh pernyataan kuesioner adalah reliabel. Seluruh pernyataan memiliki nilai diatas 0,7.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, aplikasi KAI Access memiliki penilaian UX yang sedikit lebih tinggi dibandingkan aplikasi Tiket.com pada keseluruhan indikator. Hasil penilaian keseluruhan aplikasi KAI Access menunjukkan angka 3,80 dimana angka tersebut lebih tinggi 0,50 dibandingkan hasil penilaian keseluruhan yang dimiliki aplikasi Tiket.com yang hanya memiliki nilai rata-rata 3,30.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Dapat mengambil sampel yang lebih banyak dan latar belakang yang lebih beragam untuk generalisasi hasil.
2. Analisa dan evaluasi yang diberikan dapat lebih baik dan lebih mendalam lagi.
3. Responden harus benar-benar pengguna yang pernah menggunakan aplikasi tersebut.
4. Skala yang digunakan untuk validasi ahli dan skala pada kuesioner yang disebarkan harus menggunakan skala yang sama. Misal pada kuesioner menggunakan skala likert 7 poin maka untuk validasi ahli juga harus menggunakan skala likert 7 poin.

DAFTAR PUSTAKA

- , 2018. SPSS. Tersedia di: <<https://sbm.binus.ac.id/2018/01/31/spss/>> [Diakses 28 Juni 2018]
- Aiken, L. R. (1980). *Content Validity and Reliability of Single Items or Questionnaires*. *Educational and Psychological Measurement*, 40, 955-959.
- Aiken, L. R. (1985). *Three Coefficients for Analyzing the Reliability, and Validity of Ratings*. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 131-142.
- All About UX, 2017. *All About UX*. Tersedia di: <<http://www.allaboutux.org/ux-definitions>> [Diakses pada 2018].
- Hair, J.F., et al., 2010. *Multivariate data analysis*, Seventh Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hassenzahl, M., 2013. *Interaction Design Foundation*. Tersedia di: <<https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/user-experience-and-experience-design>> [Diakses pada 2018].
- ISO9241-210, 2010. www.iso.org. Tersedia di: <<https://www.iso.org/standard/52075.html>> [Diakses pada 2018].
- Kuhr, Carina. 2013. *Measuring the User Experience of Mobile Applications – an Empirical Validation of a Quantitative Method*.
- Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner. 2016. *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience*
- Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, Carina V. Kuhr. 2016. *The meCUE Questionnaire. A Modular Tool for Measuring User Experience*.
- Nielsen, 2011. *Mobile phone penetration in Indonesia triples in five years*. Tersedia di: <http://www.nielsen.com/us/en/mediawire/2011/mobile-phone-penetration-inindonesia-triples-in-five-years.html> [Diakses pada 2018]
- Nielsen J. 1993. *Usability Engineering*. Academic Press, Cambridge.
- Nielsen J. 2012. *Usability 101: Introduction to usability*. Alertbox. Tersedia di <<http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> [Diakses pada 2018].
- Nigel Bevan, UX, Usability and ISO Standards, 2018.
- Norman, D., 2016. *The Definition of User Experience (UX)*. Tersedia di: <http://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/> [Diakses pada 2018].

PT KAI, 2017. Tersedia di: <<https://kai.id/corporate/page/10>> [Diakses pada 12 Maret 2018]

Rohrer, C., 2014. *Nielsen Norman Group*. Tersedia di: <https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/> [Diakses pada 25 Mei 2018]

Sugiyono, 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. ke-19 penyunt. Bandung: Alfabeta.

