

EVALUASI PERBANDINGAN RANKING ANTARA *PROPOSED VALUE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *E-TICKETING* BERDASARKAN MODEL UXHONEYCOMB

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:

Frita Dwi Julianinda

165150409111021



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019

PENGESAHAN

EVALUASI PERBANDINGAN RANKING ANTARA *PROPOSED VALUE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP E-TICKETING BERDASARKAN MODEL UXHONEYCOMB

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :
Frita Dwi Julianinda
NIM: 165150409111021

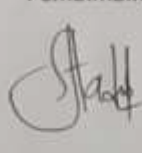
Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
26 Juli 2019
Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Satrio Hadi Wijoyo, S.Si., S.Pd., M.Kom.
NIK: 2016098909101001

Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Malang, 01 Agustus 2019



Julianinda
NIM: 165150409111021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Evaluasi Perbandingan antara *Proposed Value* dan *Perceived Value* terhadap UXHoneycomb”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat do’a, bimbingan, nasehat, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hanifah Muslimah Az-Zahra, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan ilmu, waktu, saran, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Satriyo Hadi Wijoyo, S.Si., S.Pd., M.Kom. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan ilmu, waktu, saran, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Herman Tolle, Dr. Eng., S.T, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Yusi Tyroni Mursityo, S.Kom., M.AB. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, nasihat, motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman SAP Sistem Informasi 2016 atas do’a dan semangat yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Malang, 01 Agustus 2019

Penulis
fritadwijulianinda@gmail.com

ABSTRAK

Frita Dwi Julianinda, Evaluasi Perbandingan *Ranking* antara *Proposed Value* dan *Perceived Value* Terhadap *E-ticketing* Traveloka, Tiket.com dan Pegi-peggi Berdasarkan Model *UX Honeycomb*

Pembimbing : Hanifah Muslimah Az-Zahra, S.Sn., M.Ds. dan Satrio Hadi Wijoyo, S.Si., S.Pd., M.Kom

Traveloka, Tiket.com dan Pegi – pegi merupakan aplikasi sebagai penyedia layanan yang memudahkan penyaluran dan penjualan tiket transportasi secara *online*. Banyaknya pengguna sebuah produk atau aplikasi, tentu tidak menjamin kepuasan *user experience* dari sebuah aplikasi. Pada saat ini ketiga aplikasi *e-ticketing* mampu menawarkan *proposed value* yang dapat dirasakan oleh pengguna saat menjalankan atau menggunakan aplikasi. *Proposed value* digunakan untuk memberikan pengalaman dan memenuhi kebutuhan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Hal tersebut dapat dimanfaatkan dalam pengembangan sebuah aplikasi berbasis *online* yaitu Traveloka, Tiket.com, dan Pegi – pegi. Pada aplikasi tersebut memiliki *value* yang ditawarkan kepada pengguna dan *value* yang dirasakan dari pengalaman pengguna. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi *value* yang telah diberikan dan dirasakan oleh pengguna dengan menggunakan metode *UX Honeycomb* yang dapat menjelaskan kualitas pengalaman pengguna. Pada *UX Honeycomb* terdapat tujuh aspek yaitu *useful, usable, desirable, findable, accessible, credible, valueable*. Aspek *UX Honeycomb* tersebut akan dirangking untuk mendapatkan hasil evaluasi perbandingan dari *proposed value* dan *perceived value* pada setiap aplikasinya. Berdasarkan hasil perbandingan *proposed value* dan *perceived value* yang dilakukan pada setiap aplikasi tersebut yang perlu ditingkatkan pada Traveloka adalah *desirable*, pada Tiket.com yang perlu ditingkatkan adalah *findable*, sedangkan pada pegi – pegi yang harus ditingkatkan adalah *valueable*.

Kata kunci: *UX Honeycomb, Proposed value, Perceived value*

ABSTRACT

Frita Dwi Julianinda, Evaluasi Perbandingan *Ranking* antara *Proposed Value* dan *Perceived Value* Terhadap *E-ticketing* Traveloka, Tiket.com dan Pegi-peg Berdasarkan Model *UX Honeycomb*

Pembimbing : Hanifah Muslimah Az-Zahra, S.Sn., M.Ds. dan Satrio Hadi Wijoyo, S.Si., S.Pd., M.Kom

Traveloka, Tiket.com and Pegipegi are applications as service providers that accommodate the distribution and sale of transportation tickets online. The number of users of a product or application certainly does not guarantee user experience satisfaction from an application. At present, the three e-ticketing applications are able to offer proposed values that can be felt by users when running or using an application. Proposed value is used to provide experience and meet user needs in using the application. This can be utilized in the development of an online based application, namely Traveloka, Tiket.com, and Pegi - Pegi. The application has the value offered to users and the perceived value of user experience. This study aims to evaluate the value that has been given and felt by users using the UX Honeycomb method that can explain the quality of user experience. In UX Honeycomb there are seven aspects namely useful, usable, desirable, findable, accessible, credible, and valuable. The UX Honeycomb aspect will be ranked to get the comparison evaluation results from the proposed value and perceived value in each application. Based on the comparison of the proposed values and the perceived value of each application that needs to be improved on Traveloka is desirable, for Tiket.com, which needs to be improved is findable, while the activities that need to be improved are valuable.

Keywords: *UX Honeycomb, Proposed value, perceived value*

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN.....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.2 E-Commerce.....	6
2.3 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	7
2.3.1 Traveloka.....	7
2.3.2 Tiket.com.....	8
2.3.3 Pegi-peg.....	9
2.4 <i>User Experience</i>	10
2.4.1 Definisi <i>User Experience</i>	10
2.4.2 Mengukur <i>User Experience</i>	10
2.5 <i>Value Proposition</i>	11
2.6 Value Proposed.....	12
2.7 Value Perceived.....	12
2.8 <i>UX Honeycomb</i>	12
BAB 3 METODOLOGI.....	14
3.1 Studi Literatur.....	15
3.2 Analisis <i>Proposed Value</i>	15
3.3 Hasil Analisis Validasi.....	15
3.3.1 Validasi Instrumen.....	15

3.4 Penyusunan Instrumen.....	16
3.5 Pengolahan Data dan Pengolahan Value.....	16
3.5.1 Pengambilan Data.....	16
3.5.2 Pengolahan Value.....	16
3.6 Analisis Perbandingan.....	17
3.7 Kesimpulan dan Saran	17
BAB 4 ANALISIS <i>VALUE</i> DAN PENILAIAN <i>VALUE</i>	18
4.1 Analisis <i>Value</i>	18
4.1.1 <i>Value</i> berdasarkan <i>E-Ticketing</i>	18
4.1.2 <i>Value</i> berdasarkan Visi – Misi.....	18
4.1.3 <i>Value</i> berdasarkan Slogan.....	19
4.1.4 <i>Value</i> berdasarkan Iklan.....	19
4.1.5 <i>Value</i> berdasarkan Web Official	20
4.2 Hasil <i>Value Proposed</i> berdasarkan Honeycomb	23
4.3 Hasil Penelitian <i>Expert</i> dan Peneliti.....	37
4.3.1 Biodata <i>Expert</i>	37
4.3.2 Hasil saran validasi <i>expert</i>	37
4.3.3 Hasil Penilaian Ranking	54
4.4 Hasil Penilaian Ranking <i>Expert</i> dan Peneliti.....	64
4.5 Instrumen Kuesioner	65
BAB 5 PEMBAHASAN DAN ANALISIS PERBANDINGAN.....	67
5.1 Pengumpulan Data.....	67
5.2 Pengolahan data	67
5.2.1 Traveloka.....	67
5.2.2 Tiket.com.....	68
5.2.3 Pegi – Pegi	68
5.3 Hasil Perbandingan Ranking <i>proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i>	69
5.3.1 Perbandingan Ranking <i>Proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i> Traveloka.....	69
5.3.2 Perbandingan Ranking <i>Proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i> Tiket.com.....	70
5.3.3 Perbandingan Ranking <i>Proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i> Pegi – Pegi	70
BAB 6 PENUTUP	72
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA.....	x
LAMPIRAN D	108



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pengkategorian Value berdasarkan E-Ticketing.....	18
Tabel 4.2 Pengkategorian Value berdasarkan Visi dan Misi	18
Tabel 4.3 Pengkategorian Value berdasarkan Slogan	19
Tabel 4.4 Pengkategorian Value berdasarkan Iklan	19
Tabel 4.5 Pengkategorian Value berdasarkan Web Official.....	20
Tabel 4.6 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Traveloka	24
Tabel 4.7 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Tiket.com	28
Tabel 4.8 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Pegi pegi	32
Tabel 4.9 Deskripsi Saran Expert 1 Traveloka	38
Tabel 4.10 Deskripsi Saran Expert 2 Traveloka.....	39
Tabel 4.11 Deskripsi Saran perbaikan Expert 3 Traveloka	40
Tabel 4.12 Deskripsi saran perbaikan Expert 4 Traveloka	41
Tabel 4.13 Deskripsi saran perbaikan Expert 5 Traveloka	42
Tabel 4.14 Deskripsi saran Expert 1 Tiket.com	43
Tabel 4.15 Deskripsi saran <i>Expert 1</i> Tiket.com (lanjutan).....	44
Tabel 4.16 Deskripsi saran Expert 2 Tiket.com	45
Tabel 4.17 Deskripsi saran Expert 3 Tiket.com	46
Tabel 4.18 Deskripsi saran Expert 4 Tiket.com	47
Tabel 4.19 Deskripsi saran Expert 5 Tiket.com	48
Tabel 4.20 Deskripsi saran Expert 1 Pegi-peggi.....	49
Tabel 4.21 Deskripsi saran Expert 2 Pegi-peggi.....	50
Tabel 4.22 Deskripsi saran Expert 3 Pegi-peggi.....	51
Tabel 4.23 Deskripsi saran Expert 4 Pegi-peggi.....	52
Tabel 4.24 Saran perbaikan Expert 5 Pegi-peggi.....	53
Tabel 4.25 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 1</i>	54
Tabel 4.26 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 1</i>	54
Tabel 4.26 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 1</i> (Lanjutan).....	55
Tabel 4.27 Penilaian Pegi – pegi <i>Expert 1</i>	55
Tabel 4.28 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 2</i>	56
Tabel 4.29 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 2</i>	56
Tabel 4.29 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 2</i> (Lanjutan).....	57
Tabel 4.30 Penilaian Pegi – pegi <i>Expert 2</i>	57
Tabel 4.31 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 3</i>	57
Tabel 4.31 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 3</i> (Lanjutan)	58
Tabel 4.32 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 3</i>	58
Tabel 4.32 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 3</i> (Lanjutan).....	59
Tabel 4.33 Penilaian Pegi – pegi <i>Expert 3</i>	59
Tabel 4.34 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 4</i>	59
Tabel 4.34 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 4</i> (Lanjutan)	60
Tabel 4.35 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 4</i>	60

Tabel 4.35 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 4</i> (Lanjutan).....	61
Tabel 4.36 Penilaian Pegi – pegi <i>Expert 4</i>	61
Tabel 4.37 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 5</i>	61
Tabel 4.37 Hasil Penilaian Taveloka <i>Expert 5</i> (Lanjutan)	62
Tabel 4.38 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 5</i>	62
Tabel 4.38 Hasil Penilaian Tiket.com <i>Expert 5</i> (Lanjutan).....	63
Tabel 4.39 Penilaian Pegi – pegi <i>Expert 5</i>	63
Tabel 4.40 Hasil penilaian rangking <i>Expert</i> dan Peneliti Traveloka	64
Tabel 4.41 Hasil penilaian rangking <i>Expert</i> dan Peneliti Tiket.com	64
Tabel 4.42 Hasil penilaian rangking <i>Expert</i> dan Peneliti Pegi pegi	64
Tabel 4.43 Instrumen Kuisisioner aplikasi Traveloka	65
Tabel 4.44 Instrumen Kuisisioner aplikasi Tiket.com	65
Tabel 4.45 Instrumen Kuisisioner aplikasi Pegi pegi	66
Tabel 5.1 Hasil Data Kuesioner Traveloka.....	67
Tabel 5.2 Hasil Data Kuesioner Tiket.com.....	68
Tabel 5.3 Hasil Data Kuesioner Pegi - pegi	68
Tabel 5.4 Tabel Perbandingan Rangking <i>Proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i> Traveloka	69
Tabel 5.5 Tabel Perbandingan Rangking <i>Proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i> Tiket,com	70
Tabel 5.6 Tabel Perbandingan Rangking <i>Proposed Value</i> dan <i>Perceived Value</i> Pegi - pegi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Halaman Utama Situs Traveloka	7
Gambar 2.2 Halaman Utama Situs Tiket.com	8
Gambar 2.3 Halaman Utama Situs Pegi-Pegi	9
 Gambar 3.1 Metode Penelitian	 14



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A BIODATA EXPERT.....	79
LAMPIRAN B VALIDASI EXPERT.....	84
LAMPIRAN C PENILAIAN EXPERT	99
LAMPIRAN D HASIL DATA KUESIONER RESPONDEN	108
LAMPIRAN E BUKTI MASALAH PLAYSTORE.....	114
LAMPIRAN F KUESIONER RESPONDEN.....	117



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-ticketing Traveloka, Tiket.com, dan pegi – pegi merupakan perusahaan berbasis teknologi yang menyediakan layanan tiket pesawat dan reservasi hotel secara online yang terintegrasi kedalam satu sistem dengan mekanisme perbandingan harga antar maskapai yang memudahkan pelanggannya untuk memilih maskapai yang ideal bagi mereka dengan melakukan metode pembayaran yang beragam. Menurut situs similarweb (2018) pada pengunjung Traveloka yaitu sekitar 112 juta visitor, dengan traffic share pada *website* sebesar 20.19% dan pada aplikasi mobile sebesar 79.81%, pada periode bulan Oktober hingga bulan Desember, dengan jumlah pengunjung sekitar 37 juta tiap bulannya. Pada Tiket.com pengunjung sekitar 44,5 juta visitor, dengan traffic share pada *website* sebesar 23.61% dan pada aplikasi mobile sebesar 63.39%, pada periode bulan Oktober hingga bulan Desember jumlah pengunjung sekitar 14,3 juta tiap bulannya. Sedangkan pada pegi – pegi pengunjung sekitar 13,5 juta visitor, dengan traffic share pada *website* sebesar 16.14% dan pada aplikasi mobile sebesar 83.86%, pada periode bulan Oktober hingga bulan Desember jumlah pengunjung pada situs pegi – pegi sebanyak 4,7 juta tiap bulannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengunjung terbesar menurut situs similarweb (2018) adalah Traveloka dimana Traveloka memiliki persentase trafik sebesar 90,55%, presentase yang cukup tinggi ini menunjukkan antusiasme masyarakat Indonesia dalam mengakses Traveloka untuk dijadikan sebagai referensi dalam berbagai kebutuhan pengunjung khususnya dalam layanan pemesanan tiket dan reservasi hotel.

Pada Traveloka, Tiket.com, dan pegi-peggi menawarkan *value* kepada pengguna agar pengguna merasa nyaman saat menggunakan produk tersebut. Pada Traveloka *value proposition* yang ditawarkan pada pengguna adalah harga akhir yang sudah tertera pada aplikasi sehingga pengguna tidak perlu khawatir akan terjadinya kenaikan harga ketika ingin membayar dan juga menawarkan *one stop travel booking service* atau sistem pemesanan lengkap untuk kebutuhan travel sehingga benar-benar menyediakan berbagai layanan untuk kebutuhan travel di Indonesia, dan pada Tiket.com *value proposition* yang ditawarkan adalah bekerjasama pertama kali dengan kereta api untuk membantu menjual tiket secara online sehingga penjualan tiket kereta api lebih terpercaya karena pengguna dapat membeli tiket kereta api secara resmi. Sedangkan pada pegi-peggi *value* yang ditawarkan adalah PepePoint *Reward* sehingga pengguna dapat menikmati berbagai keuntungan menjadi member pegipegi diantaranya diskon dan mendapatkan harga spesial pada pemesanan hotel dan pembelian tiket.

Dari beberapa *value* yang ditawarkan terdapat beberapa kekurangan atau masalah yang didapat pada Traveloka saat mengakses aplikasi *mobile* ataupun *website* sering keluar dengan sendirinya, tidak ada pemberitahuan perubahan

jadwal yang disediakan pada aplikasinya, harga yang ditampilkan disaat pesan dan pembayaran tidak sesuai, ketika membuka aplikasi tidak ada menu yang tersedia atau tidak ada respon dari aplikasi tersebut sehingga harus sering di *refresh* dan saat melakukan proses transaksi sering terjadi *error*. Pada Tiket.com kesalahan jadwal pemesanan yang tidak sesuai ketika dipesan dan sudah dibayar dan ketika memesan hotel terdapat kode hotel yang ketersediaan tempatnya tidak sesuai dengan pemesanan. Pada Pegi-peggi pengembalian uang untuk kesalahan atau tukar jadwal yang dijanjikan sesuai ketentuan tidak sesuai dengan perjanjian, kode promo sering tidak bisa digunakan meskipun sudah disesuaikan dengan persyaratannya, dan terdapat pembatalan atau perubahan jadwal tanpa sepengetahuan pengguna.

Pada aplikasi harus memberikan nilai kepada pengguna tidak hanya sekedar produk dan layanan berkualitas bagi pengguna, tetapi juga mengharapkan pengalaman pengguna yang baik. Pengalaman pengguna dipengaruhi oleh navigasi, fungsionalitas, konten, estetika dan sesuai dengan kegunaan. Dari masalah tersebut dapat dilihat masih terdapat kekurangan dari pengalaman pengguna. Dengan menggunakan metode UX Honeycomb diharapkan dapat mengevaluasi nilai pengalaman pengguna yang dirasakan berdasarkan model UX Honeycomb. UX Honeycomb adalah *tool* yang membantu menjelaskan setiap segi dari kualitas pengalaman pengguna

Dari model UX Honeycomb terdapat beberapa aspek didalamnya yang kurang sesuai pada aplikasi *e-ticketing*. Pada aplikasi *e-ticketing* terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan, seperti aspek *findable* terdapat beberapa kekurangan pada aplikasi *e-ticketing* yang seharusnya pada aplikasi tersebut harus memberikan informasi atau petunjuk yang jelas pada pengguna ketika pengguna mendapatkan masalah aplikasi sering ke *close* dengan sendirinya, pada aspek *credible* harga yang ditampilkan dengan harga yang akan dibayar tidak sesuai, perjanjian pengembalian uang tidak sesuai dan ketika melakukan transaksi sering terjadi *error* dapat mengurangi rasa percaya pengguna disaat bertransaksi. Aspek *useful* apabila pada aplikasi tidak memenuhi kebutuhan pengguna ketika terdapat perubahan jadwal dadakan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sukma Ressa (2018) yaitu aplikasi *mobile e-commerce* telah dilakukan dengan judul "Evaluasi perbandingan ranking antara *Proposed Value* dan *Perceived Value* terhadap *e-commerce* berdasarkan model UX Honeycomb". Tujuan dari penelitian tersebut adalah memberikan hasil analisis *value* dari setiap *e-commerce* berdasarkan UX Honeycomb, untuk mengetahui hasil Analisis *perceived value*, dan untuk mengetahui perbandingan antara *proposed value* dan *perceived value*. Kelebihan dari peneliti ini adalah peneliti menggunakan UX Honeycomb untuk menganalisis 7 *value* UX Honeycomb yaitu *Useful*, *Usable*, *Accessible*, *Desirable*, *Findable*, *Credible*, dan *Valuable*. Terdapat kekurangan pada penelitian ini, yaitu kurangnya literatur dalam penggunaan *Expert judgement* dan penggunaan metode tersebut. Hasil akhir analisis dari penelitian sebelumnya adalah dengan memberikan ranking pada setiap *value* UX Honeycomb di setiap aplikasi *mobile e-*

commerce. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan objek yang berbeda yaitu *e-ticketing* dengan metode yang sama untuk mendapatkan hasil nilai akhir yang berbeda.

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan bertujuan penelitian sebelumnya dengan mengevaluasi *value* yang diberikan dari aplikasi *e-ticketing* Traveloka, Tiket.com dan Pegi - pegi terhadap pengguna menurut model *Honeycomb* dan memberikan hasil akhir berupa perbandingan *proposed value* dan *perceived value* dengan merangking *value* yang telah diberikan oleh *e-ticketing* tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana hasil analisis *proposed value* dari setiap *e-ticketing* Traveloka, Tiket.com dan Pegi – pegi berdasarkan UX Honeycomb ?
2. Bagaimana hasil analisis *perceived value* dari setiap *e-ticketing* Traveloka, Tiket.com dan Pegi – pegi berdasarkan UX Honeycomb?
3. Bagaimana hasil perbandingan antara *proposed value* dan *perceived value* dari setiap *e-ticketing* Traveloka, Tiket.com dan Pegi – Pegi berdasarkan UX Honeycomb?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan hasil analisis *value* dari setiap *e-ticketing* berdasarkan UX Honeycomb
2. Memberikan hasil analisis *perceived value* dari setiap *e-ticketing* berdasarkan UX Honeycomb
3. Memberikan hasil analisis perbandingan *proposed value* dan *perceived value* dari setiap *e-ticketing* berdasarkan UX Honeycomb

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain :

1. Memberikan informasi hasil dari analisis *value proposed* dan *perceived value* dari setiap *website e-ticketing* berdasarkan metodologi UX Honeycomb.
2. Mendapat pemahaman tentang metode UX Honeycomb.
3. Memberikan rekomendasi bagi ketiga aplikasi *e-ticketing* dari hasil perbandingan *value proposed* dan *value preceived* untuk dapat digunakan didalam *e-ticketing*..

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak keluar dan menyimpang, serta lebih terarah dan dapat dipahami dengan mudah maka perlu adanya batasan masalah. Adapun batasan masalah ini antara lain :

1. Penggunaan ketiga aplikasi e-ticketing Traveloka, Tiket.com dan pegi – pegi sebagai objek penelitian.
2. Ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi dengan penggunaan metode *UX Value Evaluation* berdasarkan metode dari *UX Honeycomb*.
3. Pembuatan *value proposed* dan *value preceived* didapatkan dari hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner.
4. Pada penelitian ini, penilaian dilakukan dengan membandingkan antara *value proposed* dan *perceived value* dan menghasilkan *output* berupa rekomendasi dari hasil perbandingan *value proposed* dan *perceived value*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan Laporan penelitian ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pada penelitian ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN KEPUSTAKAAN

Pada bab II ini merupakan rangkuman singkat tentang semua materi terkait terdapat didalam sumber, serta akan dibahas teori, temuan, dan atau bahan penelitian sebelumnya yang diperoleh dari berbagai sumber yang dijadikan dasar dalam melakukan penelitian ini. Dimana hal yang berkaitan dengan topik saja yang akan dibahas.

BAB III METODOLOGI

Bab III ini berisi tentang langkah-langka penelitian, terdiri dari studi literatur, medeskripsikan *value* pada setiap produk dari *e-ticketing*, pengumpulan data, perbandingan data yang telah dikumpulkan, pemberian analisis serta pemberian saran.

BAB IV ANALISIS *VALUE* dan PENILAIAN *VALUE*

Bab IV ini berisi tentang analisis berdasarkan dari deskripsi *value* produk, pengemlompokan data menurut *UX honeycomb*. Pada bab ini juga terdapat analisis tentang teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan kuesioner serta pengolahan data yang didapat dari hasil teknik pengumpulan data.

BAB V PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS PERBANDINGAN

Bab V ini berisi tentang hasil dari *value proposed* dan *perceived value* yang diterima oleh pengguna

BAB VI KESIMPULAN dan SARAN

Bab VI ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis dari penelitian yang dilakukan serta saran- saran untuk penelitian yang akan dilakukan penelitian.

BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini mengambil dari penelitian-penelitian terdahulu tentang *value propotion*, *e-ticketing* dan *User Experience* dalam menggunakan sebuah produk. Landasan pustaka ini bertujuan untuk memperkaya sumber untuk penelitian yang sedang dilakukan.

Pada penelitian pertama yang berjudul Evaluasi Pengalaman Pengguna terhadap *e-commerce* dengan menggunakan metode UX *Honeycomb* oleh Salma 2017. Pada penelitian tersebut membahas tentang evaluasi nilai atau *value* pada produk *e-commerce* yang telah diberikan kepada pengguna. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui *value* yang ditawarkan dan *value* tersebut sudah diterima oleh pengguna atau belum. Dalam penyelesaian permasalahan pada penelitian ini *value* dikategorikan dengan 7 segi menurut metode *ux honeycomb* yaitu *Useful*, *Usable*, *Desirable*, *Credible*, *Accessible*, *Findable* dan *Valuable*. Berdasarkan hasil analisis bahwa *value e-commerce* keseluruhan berada dalam *ux Honeycomb*. Pada penelitian tersebut *value* yang ditawarkan oleh *e-commerce* perlu ditingkatkan. Dari penelitian tersebut peneliti melakukan penelitian penggunaan model yang sama yaitu UX *Honeycomb* untuk mengetahui *value* yang ditawarkan *e-ticketing* sudah diterima oleh pengguna atau belum terhadap UX *Honeycomb*.

Pada penelitian kedua yang dilakukan oleh Resya Sukma (2018) yang berjudul Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile *E-Commerce* di Indonesia dengan Menggunakan UX *honeycomb*. Penelitian ini mengevaluasi pengalaman pengguna dengan menggunakan metode UX *honeycomb* yaitu dengan *value Useful*, *Usable*, *Desirable*, *Findable*, *Accessible*, *Credible*, dan *Valuable*. Pada kajian pustaka yang telah dipelajari, peneliti akan mengadopsi metode penelitian menggunakan UX *honeycomb* sebagai metodologi penelitian. Metode UX *Honeycomb* digunakan untuk membandingkan *value* yang tawarkan oleh produk dengan *value* yang dirasakan oleh pengguna. Terdapat kekurangan pada penelitian ini, yaitu kurangnya literatur dalam menggunakan *Expert judgement*. Hasil akhir analisis dari penelitian sebelumnya adalah dengan memberikan ranking pada setiap *value* UX *Honeycomb* di setiap aplikasi *mobile e-commerce*. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan objek yang berbeda *e-ticketing* dengan metode yang sama untuk menghasilkan nilai akhir yang berbeda. Selain itu peneliti menggunakan gambaran perbandingan *proposed value* dan *perceived value* sebagai bahan observasi untuk penelitian.

Pada penelitian ketiga sebelumnya dengan paper dilakukan oleh Keshab R. Acharya pada tahun 2016 yang berjudul *User Values and Usability in Technical Communication: A Value-Proposition Design Model* yang didalamnya mendefinisikan nilai dari sudut pandang (*perspective*) pengguna dan membahas kebutuhan pengguna dengan mempertimbangkan nilai yang dicapai sebagai *framework* untuk meningkatkan kegunaan produk. Dalam jurnal ini lebih

menekankan kebutuhan pengguna. Untuk memahami nilai dari sudut pandang pengguna, hal yang dilakukan adalah mengidentifikasi aspek apa saja yang memotivasi pengguna untuk menggunakan produk tersebut dan faktor apa saja yang membuat produk tersebut penting dalam menggunakannya. Pendekatan yang digunakan adalah *value proposition design*, *usability* dan *user-centered design* sehingga pengguna mengevaluasi produk berdasarkan pengalaman interaktif dan menentukan nilai produk yang didasarkan pada aspek nyata dan terukur untuk menentukan kegunaan dari produk tersebut. Pada intinya pendekatan perpusat pada pengguna selama proses pengembangan produk untuk membantu mengidentifikasi kebutuhan pengguna, pengujian kegunaan, keinginan untuk menggunakan kembali, dan keterbatasan yang terkait dalam menggunakan produk. Pendekatan ini bermanfaat karena memungkinkan designer untuk memberikan nilai dengan melibatkan pengguna dalam proses penciptaan nilai. Kedepannya pertimbangan dari *user value* dan implementasi dari *value proposition design* model dapat membantu komunikator teknis dalam menyelesaikan masalah yang ditemui pengguna saat menggunakan produk. Dari paper ini, hal yang dapat diambil oleh peneliti adalah teori tentang *user value* dan *value proposition design* model untuk mengetahui *value* yang ditawarkan suatu produk kepada pengguna.

2.2 E-Commerce

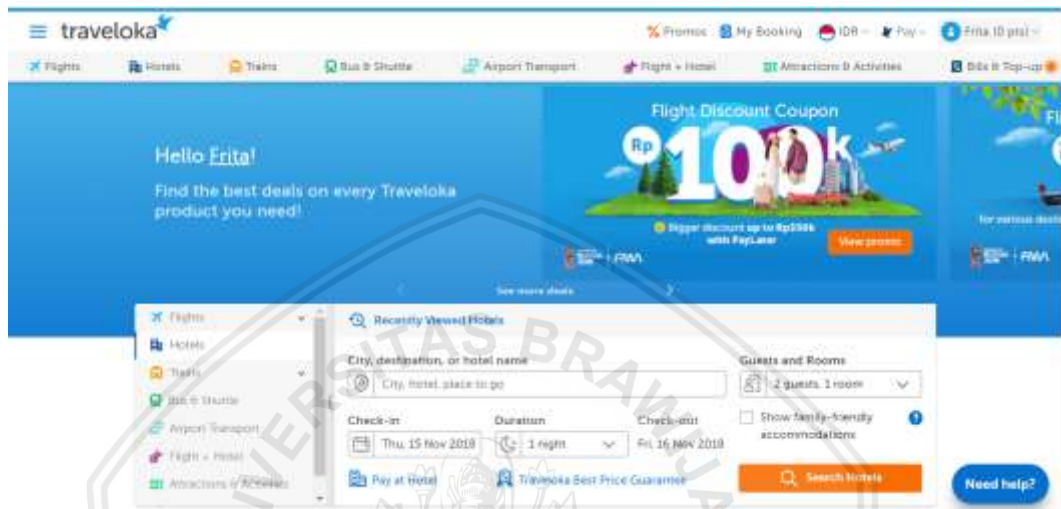
Electronic Commerce merupakan suatu proses bisnis yang dilakukan secara digital yaitu melalui jaringan internet. E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet (Kozinets et al., 2010) *e-commerce* itu sendiri merupakan bagian dari *e-business* dimana *e-business* itu sendiri telah memiliki cakupan yang sangat luas. Tidak hanya bertansaksi jual beli dalam *ebusiness* itu sendiri juga terdapat kolaborasi mitra bisnis, lowongan kerja maupun penanganan nasabah. Dalam hal ini *e-commerce* merupakan gabungan produk dan jasa dimana di dalam *e-commerce* terdapat pendistribusian, penjualan, pembelian, *service* serta *marketing* yang dilakukan melalui jaringan internet. *Ecommerce* memiliki beberapa jenis yaitu :

1. *Business to Business (B2B) e-commerce* merupakan kolaborasi antara mitra bisnis dimana didalamnya terdapat *B2B*. *B2B* merupakan transaksi bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis, dalam hal ini merupakan kesepakatan spesifik yang mendukung jalannya bisnis. *E-commerce* yang termasuk dalam *B2B*.
2. *Business to Consumer (B2C)* Selain itu terdapat *B2C* yang merupakan aktivitas penjualan yang dilakukan oleh individu (pengguna) kepada individu (pengguna) lainnya. *E-commerce* yang termasuk dalam *B2C* yaitu Traveloka, Tiket.com dan Pegi-peg.
3. *Consumer to Consumer (C2C)* *C2C* merupakan bisnis yang dijalankan oleh perseorangan kepada perseorangan dimana penjual akan menyediakan barang tertentu yang dibutuhkan oleh pembeli. Perseorangan yang menjual barang atau jasanya melalui situs *market online* seperti pada *e-commerce*.

4. *Consumer to Business (C2B) Consumer to Business* atau C2B merupakan bisnis yang dijalankan perseorangan yang menjual sebuah produk maupun jasa kepada perserorangan maupun kepada organisasi lainnya. C2B menjual produk maupun jasa yang ditawarkan melalui jaringan internet.

2.3 Gambaran Umum Objek Penelitian

2.3.1 Traveloka

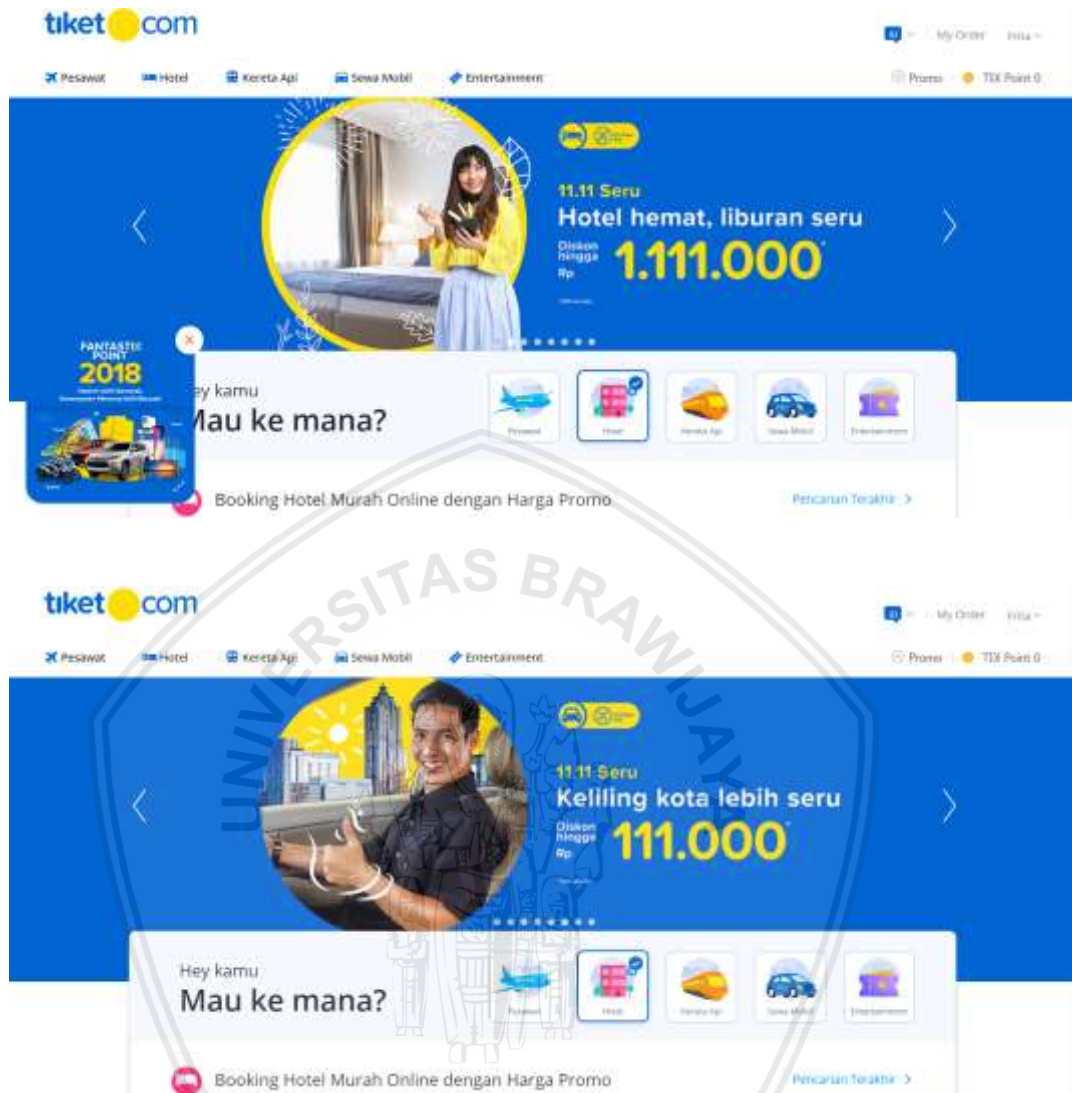


Gambar 2.1 Halaman Utama Situs Traveloka

Sumber : www.Traveloka.com [2018]

Pada Gambar 2.1 merupakan halaman utama situs Traveloka yang PT. Trinusa Travelindo dengan Traveloka merupakan perusahaan teknologi terkemuka yang berlokasi di Grand Slipi Tower Lt.39 Jakarta Barat, Indonesia. Didirikan pada tahun 2012 yang bertujuan untuk menjadi *website* atau aplikasi terbaik dalam pemesanan hotel ataupun tiket di seluruh Asia Tenggara. Visi-misi Traveloka adalah ingin menjadikan *traveling* lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui teknologi (techinasia.com,2012). Traveloka menyediakan berbagai macam layanan salah satunya seperti *smart combo* yang menawarkan diskon tiket pesawat dengan tujuan luar negeri. Traveloka juga memiliki pilihan hotel murah terbaik yang berkualitas di Indonesia dan maskapai yang lengkap hingga mencapai lebih dari 100.000 rute penerbangan domestik dan internasional. Untuk pemesanan tiket pesawat pada Traveloka terdapat berbagai maskapai penerbangan domestik dan internasional diantaranya AirAsia, Lion Air, Garuda Indonesia, Citylink, Batik Air, dan masih banyak maskapai internasional. Sedangkan untuk pemesanan hotel pada Traveloka terdapat berbagai macam pilihan seperti FaveHotel, Red Planet Hotel, Ibis Hotel, Novotel, Aston, dan lainnya. Untuk sejauh ini Traveloka telah mendapatkan beberapa penghargaan, seperti peringkat 1 Top Brand Award 2015 & 2016 kategori situs Online Booking Tiket Pesawat & Situs Online Reservasi Hotel, serta juara 1 One to Watch di BrandZ Top 50 MostValuable Indonesia Brands tahun 2016 (google play store, 2018).

2.3.2 Tiket.com



Gambar 2.2 Halaman Utama Situs Tiket.com

Sumber : www.Tiket.com (2018)

PT. Global Tiket Network atau yang sering dikenal dengan Tiket.com merupakan *e-commerce* yang memberikan layanan untuk memenuhi kebutuhan pemesanan dan pembelian tiket online untuk pesawat, hotel, konser musik, dan bioskop. Awal mula Tiket.com dikembangkan pada Agustus 2011 dan sudah dapat diakses sejak bulan Desember 2011 (Kompas,2012). Tiket.com menawarkan *all in one travelsolution*, dimana Tiket.com menyediakan pemesanan tiket pesawat, tiket kereta api, tiket event, hotel *booking*, dan sewa mobil. Selain itu Tiket.com juga menawarkan layanan TIX, seperti TIX Point dimana point yang didapat bisa ditukarkan dengan berbagai voucher belanja, Gadget, dan peralatan elektronik. Selain itu TIX Merchant yang berupa merchant terbaik yang bekerja sama dengan Tiket.com, dan lain sebagainya (tiket,2018). Untuk sejauh ini Tiket.com telah mendapatkan beberapa penghargaan, seperti Top Brand Award 2015, Indonesia

Middle-Class Brand Champion 2015, dan The Best IT System 2015 – Best e-Corporation by SWA & PWC (App Store, 2018).

2.3.3 Pegi-peg



Gambar 2.3 Halaman Utama Situs Pegi-Pegi

Sumber : www.pegipegi.com (2018)

PT. Go Online Destinations atau yang sering dikenal dengan Pegi-peg merupakan salah satu biro agen perjalanan berbasis online terkemuka di Indonesia yang diresmikan pada tanggal 7 Mei 2012 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu Marie Elka Pangestu dengan dukungan dari Recruit Holdings yang merupakan perusahaan Jepang. Pegi - pegi hadir untuk menawarkan pilihan hotel yang terhubung langsung lebih dari ribuan hotel yang terdapat diseluruh Indonesia dan berbagai maskapai penerbangan dan kereta api di Indonesia untuk tujuan domestik dan internasional. Pegi – pegi memungkinkan orang untuk merencanakan dan miliki liburan yang menyenangkan dengan metode pemesanan yang mudah dan harga yang terjangkau dengan cara pembayaran yang bermacam – macam, seperti ATM, Kartu Kredit, Transfer Bank, Internet Banking, dan pembayaran tunai di indomaret terdekat. Untuk sejauh ini Pegi - pegi telah mendapatkan beberapa penghargaan, seperti NET Customer Loyalty Award pada tahun 2015 dan 2016 (App Store, 2018).

2.4 User Experience

2.4.1 Definisi User Experience

Menurut Hassenzahl, et al. (2008) UX merupakan penilaian seseorang terhadap baik buruknya produk atau layanan yang dilakukan ketika berinteraksi dengan produk atau layanan tersebut. *User Experience* merupakan istilah yang menggambarkan perasaan pengguna dan persepsi selama dan setelah berinteraksi dengan produk, sistem atau suatu objek tertentu. UX berbeda dari *usability* dimana UX memiliki pandangan yang lebih luas dan bersifat subjektif, sedangkan *usability* lebih focus pada sejauh mana system, produk atau objek dapat digunakan oleh penggunanya untuk mencapai tujuan dengan efektivitas, efisien dan kepuasan dalam konteks tertentu (Ntawanga, 2011). UX dapat diartikan sebagai feedback dari pengguna yang menggunakan suatu sistem, produk, dan layanan. Pada UX terdapat beberapa cakupan seperti persepsi, perilaku, keinginan, respon fisik, psikologis, kepercayaan, dan emosi (ISO, 2010).

UX membahas tentang bagaimana cara kerja produk atau layanan yang dilihat dari sisi luar ketika pengguna sedang melakukan interaksi, bukan tentang bagaimana cara kerja bagian dalam dari suatu produk atau layanan (Garret, 2011). Setiap pengguna memiliki hasil penilaian UX yang berbeda-beda. Contohnya, pada setiap pengguna kemampuan, ketrampilan, dan kebutuhan yang berbeda ketika menggunakan suatu produk atau layanan, sehingga UX dapat diartikan unik dikarenakan setiap pengguna memiliki bermacam-macam ketrampilan, pengetahuan, dan ekspektasi (Marcus, 2014). UX design tidak dapat bekerja pada setiap situasi untuk setiap pengguna dikarenakan pada dasarnya setiap pengguna memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Beberapa pengguna dapat merasakan bahwa UX sangat efektif namun untuk beberapa pengguna lainnya bisa jadi tidak merasakan hal yang sama dikarenakan pengguna memiliki pemikiran yang berbeda-beda terhadap UX. Oleh karena itu designer hanya dapat merancang UX design untuk pengalaman pribadi sehingga designer tidak dapat membuat atau memproduksi, memprediksi pengalaman yang sebenarnya. Hal itu menyebabkan UX designer tidak dapat meniru UX pada sebuah *website* dan menerapkannya pada *website* yang lain. Menurut Gube (2010) *usability* menjadi salah satu bagian besar dari UX dan memiliki fungsi yang signifikan terkait pengalaman efektif dan menyenangkan.

User experience dan *Usability* berada dalam satu cakupan namun memiliki makna yang berbeda. UX menggambarkan bagaimana perasaan pengguna saat menggunakan sistem, sedangkan *Usability* lebih focus terhadap aspek *User-Friendliness* dan efisiensi terhadap antar-muka sistem.

2.4.2 Mengukur User Experience

Menurut Schrepp, et al. (2014) terdapat beberapa kategori penilaian secara kuantitatif dalam mengukur UX pada suatu produk, diantaranya:

1. Perbaikan yang dilakukan secara terus menerus dengan mengukur pengalaman pengguna dari versi terbaru pada suatu produk. Hal yang perlu

- diperhatikan adalah membandingkan pengalaman pengguna terhadap produk yang telah diperbarui dengan versi sebelumnya. Hal tersebut dapat dengan mudah dilakukan menggunakan perbandingan statistik.
2. Membandingkan secara langsung kepada kompetitor dalam pasar yang sama. Hal yang perlu diperhatikan adalah pengalaman pengguna dari suatu produk dibandingkan dengan produk yang dimiliki kompetitor.
 3. Melakukan pengujian terhadap kecukupan dari pengalaman pengguna suatu produk. Hal yang perlu diperhatikan adalah produk dapat memenuhi ekspektasi umum pengguna terkait dengan pengalaman pengguna. Ekspektasi umum tersebut dapat dibentuk dari seberapa sering pengguna memakai suatu produk. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan pengalaman pengguna yang sudah terukur pada suatu produk dengan kumpulan data *benchmark* yang didalamnya terdapat produk yang namun berbeda.
 4. Menentukan area yang akan diperbaiki. Hal yang perlu diperhatikan adalah perubahan yang harus dilakukan untuk memperbaiki pengalaman pengguna dari suatu produk. Untuk melakukan hal tersebut dibutuhkan pengukuran suatu hubungan antar fitur produk, sehingga tidak dapat diukur secara langsung menggunakan pengukuran kuantitatif

2.5 Value Proposition

Menurut Buttle dalam Hasan (2012) *Value proposition* merupakan janji yang dibuat perusahaan kepada pelanggannya bahwa perusahaan memberikan sekumpulan *value* yang akan bermanfaat bagi pelanggan. Menurut Fifield dalam Hasan (2012) *value proposition* merupakan sebuah statement tertulis yang fokus pada seluruh aktifitas pemasaran organisasi yang ditujukan kepada pelanggan, sehingga dapat menciptakan perbedaan yang signifikan dalam proses keputusan pelanggan untuk memilih atau membeli apa yang ditawarkan perusahaan daripada kompetitor. Menurut Osterwalder. et al, (2014) perancangan pada *value proposition* dapat membantu dalam mengelola informasi tentang apa saja yang diinginkan oleh pengguna dengan cara yang sederhana sehingga memungkinkan dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

Dalam perancangan *value proposition* dapat membantu dalam memanfaatkan pengalaman dan skil tim (menyelaraskan tim) dengan menggunakan bahasa atau istilah yang telah disepakati bersama untuk membuat percakapan menjadi lebih strategis, melatih kreatifitas, dan selaras. Sehingga menghasilkan percakapan yang menyenangkan dan memberikan sebuah hasil yang tidak berfokus pada teknologi, produk, dan fitur saja namun juga berfokus pada pembuatan *value* terhadap pengguna dan bisnis. Perancangan dalam *value proposition* diperlukan untuk menghindari membuang waktu dengan ide yang tidak dapat dijalankan (meminimalisir risiko kegagalan). Dengan begitu tidak perlu lagi mengkhawatirkan pengeluaran yang berlebih untuk mengejar suatu ide besar. Perancangan *value proposition* menunjukkan bagaimana menggunakan kanvas *value proposition* untuk merancang dan menguji *value proposition* dalam pencarian iterative terhadap apa yang pelanggan inginkan.

2.6 Value Proposed

Proposed value merupakan sebuah nilai usulan yang diusulkan dari peneliti. Nilai usulan atau *proposed value* ini didapatkan dari hasil observasi dari *e-ticketing* yang diteliti. Pengumpulan data value diambil dari web official, visimisi, iklan, slogan dan artikel –artikel (Ahn, 2011).

2.7 Value Perceived

Nilai yang dirasakan didefinisikan sebagai keseluruhan penilaian konsumen tentang kegunaan suatu produk atau layanan berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Dalam *perceived value* ini terdapat *user experience* pada sebuah produk yang telah digunakan. Hubungan antara nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan telah mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima (Demergunes, 2015)

2.8 UX Honeycomb

Menurut Morville (2004) UX honeycomb merupakan tool yang menjelaskan berbagai macam aspek dari *UX design*. UX honeycomb dapat digunakan untuk menemukan titik permasalahan yang ada dari berbagai bidang UX. Morville menciptakan diagram baru untuk menggambarkan aspek dari UX yang berguna untuk membantu pengguna memahami lebih dalam tentang UX.

1. *Useful*

Sebuah sistem atau produk harus berguna dan memenuhi kebutuhan. Jika sebuah produk atau layanan tidak berguna atau tidak memenuhi kebutuhan pengguna maka tujuan dalam pembuatan suatu produk atau layanan tersebut tidak tercapai.

2. *Usable*

Sebuah produk atau layanan sebaiknya dirancang atau dibuat sesederhana mungkin agar dapat mudah digunakan oleh pengguna sehingga waktu yang dibutuhkan pengguna untuk memahami suatu produk atau layanan tidak lama.

3. *Desirabel*

Nilai estetika visual dari sebuah produk atau layanan haruslah bersifat atraktif sehingga dapat membangkitkan emosional pengguna untuk memiliki keinginan menggunakan produk atau layanan kembali.

4. *Findable*

Suatu produk atau layanan seharusnya mempunyai informasi yang mudah dicari oleh pengguna sehingga pengguna dapat menemukan solusi apabila terdapat masalah ketika menggunakan produk atau layanan.

5. *Accessible*

Suatu produk atau layanan harus dirancang sedemikian rupa sehingga pengguna disabilitas pun dapat menggunakan atau mengaksesnya.

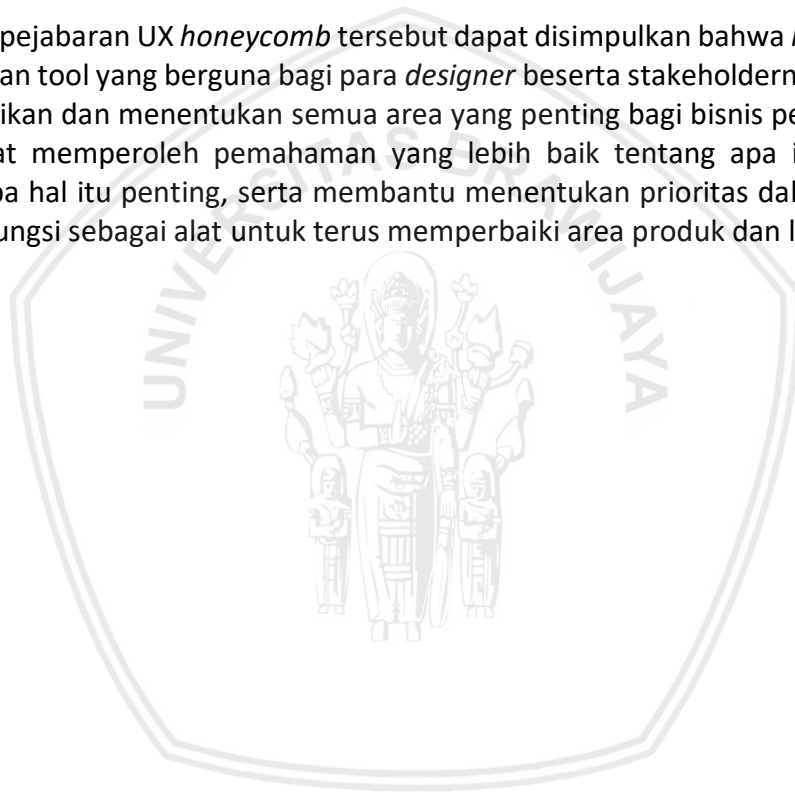
6. *Credible*

Suatu produk atau layanan harus dapat dipercaya sehingga pengguna yakin dalam menggunakan produk tersebut.

7. *Valuable*

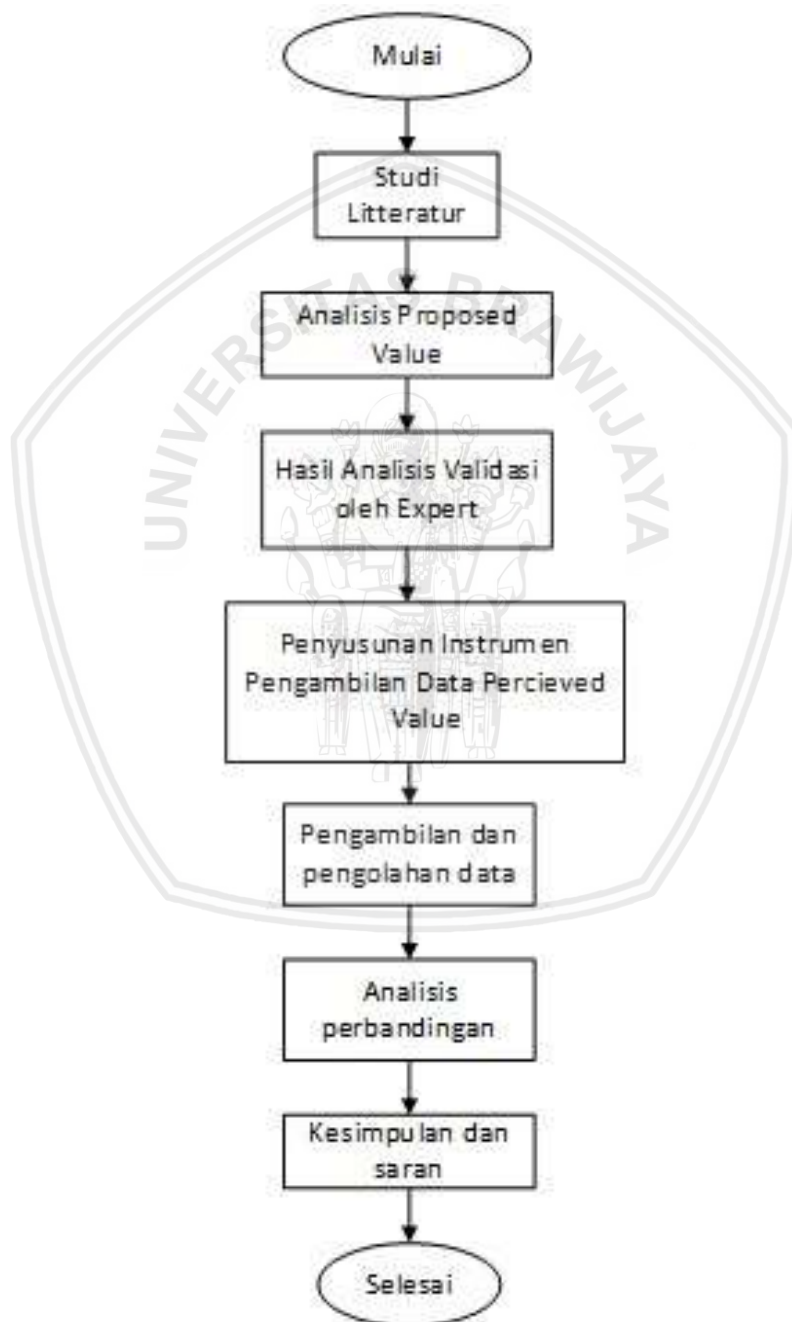
Suatu produk atau layanan harus mengantarkan atau memberikan sebuah nilai bagi para stakeholder secara profit dengan meningkatkan kepuasan pengguna maupun non-profit.

Dari pejabaran UX *honeycomb* tersebut dapat disimpulkan bahwa *honeycomb* merupakan tool yang berguna bagi para *designer* beserta stakeholdernya. Dengan menguraikan dan menentukan semua area yang penting bagi bisnis perancangan UX, dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang apa itu UX dan mengapa hal itu penting, serta membantu menentukan prioritas dalam desain, dan berfungsi sebagai alat untuk terus memperbaiki area produk dan layanan.



BAB 3 METODOLOGI

Metode penelitian merupakan prosedur terstruktur yang dilaksanakan dalam sebuah penelitian. Metodologi penelitian ini yaitu uraian berisi studi literature, analisis proposed value, hasil analisis validasi oleh expert, penyusunan instrumen dan pengambilan data perceived value, pengambilan dan pengolahan data, analisis perbandingan, kesimpulan dan saran. Berikut penjelasan lebih lanjut pada gambar 3.1



Gambar 3.1 Metode Penelitian

3.1 Studi Literatur

Studi pustaka memuat tentang literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian. Studi pustaka dapat memberikan referensi yang berasal dari berbagai sumber seperti artikel, *e-book*, jurnal, dan penelitian sebelumnya. Studi pustaka membahas mengenai konsep *user experience* dan penjelasan mengenai metode UX model *Honeycomb*.

3.2 Analisis *Proposed Value*

Analisis *Value* merupakan tahapan mendeskripsikan suatu nilai yang ditawarkan (*proposed value*) yang dimiliki dari masing - masing agen travel yang dijadikan objek penelitian menggunakan UX model *honeycomb* yang terdiri dari aspek *Useful*, *Usable*, *Desirabel*, *Findable*, *Accessible*, dan *Credible*. Kemudian *value proposed* yang didapat dikategorikan ke dalam UX model *honeycomb*. Analisis *value* dilakukan dengan cara observasi yaitu menganalisis *value* dari setiap aplikasi yang diteliti melalui media sosial, visi, misi, iklan, tampilan web maupun pada *mobile application* yang kemudian data analisis dikategorikan berdasarkan sumber data. Setelah melakukan analisis *value*, peneliti melakukan penilaian atau pemberian skor dengan menggunakan metode pengukuran skala ranking dengan interval 1 sampai 7.

3.3 Hasil Analisis Validasi

Pada tahap ini penilaian *value* dilakukan dengan validasi kepada *expert* menggunakan *expert*. Pada hasil validasi ini peneliti berdiskusi dengan *expert* untuk memvalidasi *value* yang sudah di kelompokkan kedalam segi UX *Honeycomb* dan instrumen penelitian.

3.3.1 Validasi Instrumen

Validasi instrumen akan melibatkan *expert*. *Expert* akan menilai deskripsi *value* yang telah dideskripsikan oleh peneliti melalui visi, misi, iklan, web official dari aplikasi Traveloka, Tiket.com dan Pegi-peggi terhadap metode UX *Honeycomb* yang terdiri dari aspek *Useful*, *Usable*, *Desirabel*, *Findable*, *Accessible*, dan *Credible*. Setelah itu *expert* akan memberikan rangking dan komentar terhadap *value* yang telah dideskripsikan oleh peneliti.

Menurut Mayer dan Booker (2017) menjelaskan bahwa jumlah *Expert* yang ditetapkan ketika kita melakukan validasi *Expert* secara tatap muka atau bertemu langsung adalah lima hingga sembilan. Dengan bertemu langsung dengan *Expert*, dapat membuat banyak pertimbangan yang muncul dalam berdiskusi. Dan mampu menjelaskan secara mendetail terkait penilaian yang diberikan.

Meyer dan Booker (2017) juga menjelaskan beberapa kriteria yang biasa dijadikan acuan untuk menentukan *Expert* yang akan ditunjuk. Pertama, mereka harus memiliki kemampuan substansif yang diperlukan di pekerjaan, seperti memiliki pengalaman dan konsep teori secara relevan. Kedua, memiliki pengetahuan secara formal, dengan mengetahui instrumen dan model yang dibutuhkan untuk mengumpulkan serta memproses data. Ketiga, mereka harus memiliki kemampuan pengetahuan secara terperinci yang dibutuhkan sesuai bidang keahliannya.

3.4 Penyusunan Instrumen

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner menggunakan skala ordinal yaitu skala yang bertujuan untuk memberikan peringkat. Tipe skala ordinal dalam penilaian kuesioner menggunakan *ranking*. Menurut Alan (2004) ranking merupakan daftar atau pengurutan yang berguna untuk menunjukkan preferensi pengguna. Pada pengambilan data *perceived value* dengan mengajukan kuesioner yang sudah di validasi oleh *expert* dan disebarkan pada pengguna aplikasi Traveloka, Tiket.com dan Pegi – pegi.

3.5 Pengolahan Data dan Pengolahan Value

Pada bab ini berisi tentang pengambilan dan pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini.

3.5.1 Pengambilan Data

Pada penelitian ini teknik pengambilan data menggunakan teknik observasi dan penyebaran kuesioner. Pengambilan data *value* didapatkan dari hasil observasi peneliti kepada ketiga aplikasi *e-ticketing* dengan menganalisis dari visi-misi, iklan, slogan dan web official. Dari observasi tersebut akan didapatkan *value* yang akan dijadikan nilai yang diusulkan atau *value proposed*. Setelah mendapatkan *value proposed* peneliti akan melakukan penilaian dengan menggunakan jenis penilaian Ranking kepada *value* yang telah di dapat dari hasil observasi dari responden.

Teknik pengambilan data berikutnya adalah kuesioner. Pada teknik kuesioner menggunakan *non-Probability* yaitu jenis sample ini diambil dengan tidak memilih sampel secara acak. Pemilihan sample pada teknik ini bukan dipilih secara kebetulan tetapi telah direncanakan oleh peneliti. Pada teknik penelitian ini menggunakan *sampling* aksidental yang merupakan teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan yaitu dengan siapa saja yang dikenal atau bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel jika cocok sebagai sumber data (sugiyono, 2012)

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data kuesioner dibutuhkan untuk mengetahui apakah pengguna atau *user* telah merasakan nilai (*perceived value*) yang diberikan oleh *stakeholder*. Menurut Dr. Martiin Screpp (2008) dalam Ressya (2018) bahwa dengan mengambil banyak responden dapat membantu untuk menentukan rata-rata nilai dan kesimpulan. Dr. Martiin Screpp (2008) mengambil responden sebanyak 20 sampai 30 responden untuk pengujian *user experience*.

3.5.2 Pengolahan Value

Data yang telah terkumpul kemudian dikelola untuk menghasilkan perbandingan antara *proposed value* dan *perceived value*. Pengolahan data didapat dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yang dituju.

Dalam peniliain ini menggunakan penngukuran skala ordinal yaitu skala yang menilai dengan memberikan peringkat. Pada penelitian ini terdapat tujuh *value* menurut UX *Honeycomb* yang menentukan jawaban dari *ranking*. Pengguna akan memberikan nilai 1 sampai 7 pada tiap *value* yang telah tersedia. Dengan ketentuan *ranking* 1 merupakan *ranking* tertinggi dan *Ranking* 7

merupakan rangking yang terendah. Pengguna juga tidak boleh melakukan pengisian angka yang sama dalam melakukan rangking pada tujuh value tersebut.

Dalam penelitian ini untuk dapat melakukan rangking dengan menggunakan modus dan mean. Menurut Jamieson (2004) dalam Budiaji (2013) pengukuran pada skala Ordinal lebih tepat menggunakan modus untuk menentukan ukuran pemusatnya atau nilai terbanyak.

Menurut Sugiarto dkk(2001:132-133) Modus adalah nilai yang mempunyai frekuensi terbesar dalam suatu kumpulan data. Penggunaan modus pada umumnya dikaitkan dengan kesederhanaan dan kecepatannya dalam memperoleh informasi mengenai nilai pusat data. Selain itu modus tidak dipengaruhi nilai ekstrim dan untuk mendapatkannya relatif mudah.

Menurut Sugiono (2007:68-67) Mean adalah teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-Rata (mean) ini didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut. Perhitungan median dapat dirumuskan seperti pada persamaan 3.1 berikut.

$$Me = \frac{\sum xi}{n} \quad (3.1)$$

Keterangan:

Me = Mean (rata-rata)

$\sum$ = Epsilon (jumlah)

X_i = Nilai x ke-i sampai ke-n

n = Jumlah individu

3.6 Analisis Perbandingan

Analisis dan pembahasan berisi tentang hasil perbandingan rangking yang dilakukan setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner yang telah dibagikan pada pengguna. Hasil ini akan dibandingkan dengan hasil dari *expert* yaitu membandingkan nilai yang diusulkan yang disebut *value proposed* dan nilai yang dirasakan yang disebut *value perceived* dari setiap aplikasi *e-ticketing*.

3.7 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan tahap akhir dalam penelitian ini. Pada tahap ini terdapat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan yang diharapkan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya serta dapat menjadi masukan untuk ketiga *website e-ticketing* yang menjadi objek penelitian. Serta saran yang dapat menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya.

BAB 4 ANALISIS VALUE DAN PENILAIAN VALUE

Dalam bab ini berisikan *value* ketiga *e-ticketing* yang didapat dari hasil observasi. *Value* atau nilai ini di dapat dari visi-misi, slogan, webs official dan iklan dan disajikan berbentuk tabel yang berisikan 3 kolom yaitu Kode, Objek dan deskripsi *value*. Berikut *value* yang telah didapat :

4.1 Analisis Value

4.1.1 Value berdasarkan E-Ticketing

Untuk mendapatkan data *value* tentang *e-ticketing* peneliti melakukan observasi pada *website* ketiga Traveloka, Tiket.com dan Pegi - pegi. Hasil observasi tentang *e-ticketing* didapatkan dari deskripsi tiap *e-ticketing* pada *website*.

Tabel 4.1 Pengkategorian Value berdasarkan E-Ticketing

Kode	Objek	Deskripsi Value
ET1	Traveloka	Menggunakan Traveloka <i>traveling</i> lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui teknologi.
ET2	Tiket.com	Membuat pelayanan yang berarti dan memberikan pengaruh untuk banyak orang.
ET3	Pegi - pegi	Menjadi <i>Online Travelling Agent</i> (OTA) nomor satu di Indonesia dengan membantu kebutuhan perjalanan pengguna.

4.1.2 Value berdasarkan Visi – Misi

Tabel 4.2 Pengkategorian Value berdasarkan Visi dan Misi

Kode	Objek	Deskripsi Value
VM1	Traveloka	Menjadikan <i>traveling</i> lebih mudah, cepat dan menyenangkan melalui teknologi
VM2	Tiket.com	Membuat pelayanan yang berarti dan memberikan pengaruh untuk banyak orang.
VM3	Pegi - pegi	Menjadi Online Traveling Agent nomor satu di Indonesia dengan membantu kebutuhan perjalanan pengguna.

4.1.3 Value berdasarkan Slogan

Tabel 4.3 Pengkategorian Value berdasarkan Slogan

Kode	Objek	Deskripsi
SN-1	Traveloka	"Traveloka first, then the world" yang memiliki arti untuk memilih Traveloka dalam menentukan tujuan.
SN-2	Tiket.com	Tiket.com memiliki slogan " <i>Redefining journey, together</i> " yang dapat diartikan memutuskan kembali perjalanan dengan bantuan Tiket.com.
SN-3	Pegi - pegi	"We Redefine Travelling in Indonesia" merupakan slogan yang dibuat dengan maksud menentukan perjalanan yang ada di Indonesia dengan menggunakan Pegi - pegi.

4.1.4 Value berdasarkan Iklan

Tabel 4.4 Pengkategorian Value berdasarkan Iklan

Kode	Objek	Deskripsi
IN-1	Traveloka	"Traveloka dulu, hotel idaman kemudian" dengan iklan tersebut, mengajak pengguna untuk melakukan pemesanan hotel menggunakan Traveloka.
IN-2		"Traveloka first, then travel easy" iklan tersebut mengajak pengguna menggunakan Traveloka agar perjalanan mereka menjadi lebih mudah.
IN-3		Traveloka menawarkan liburan tenang tanpa terburu-buru dengan menggunakan online check-in Traveloka sehingga check-in dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan kursi yang diinginkan.
IN-4		Memudahkan pengguna dari beragam pilihan relaksasi dan semua aktivitas perjalanan dengan menggunakan Traveloka.
IN-5		Memesan kereta di Traveloka selain lebih cepat dapat menyimpan data penumpang sesuai dengan tempat duduk yang sudah dipilih dan mempunyai beberapa model pembayarannya memakai saldo UANGKU pada aplikasi.
IN-6	Tiket.com	"Mau kemana? Kemanapun Tiket.com saja" iklan tersebut bertujuan menawarkan pada pengguna bahwa Tiket.com dapat memberikan berbagai macam pilihan kebutuhan untuk <i>traveller</i> .

Tabel 4.4 Pengkategorian *Value* berdasarkan Iklan (lanjutan)

Kode	Objek	Deskripsi
IN-7	Pegi - pegi	“ Pegi – Pegi yuk” iklan tersebut memberikan gambaran pada pengguna bahwa pegi – pegi menyediakan segala kebutuhan dengan mudah dan cepat. Selain itu pegi – pegi menawarkan tempat wisata dan hotel terbaru yang ada di Indonesia.
IN-8		“ saatnya liburan! Pegi – Pegi yuk ” iklan tersebut dapat diartikan bahwa pada saat liburan Pegi – Pegi memberikan penawaran dalam bentuk potongan harga untuk pemesanan tiket kereta, pesawat dan hotel.
IN-9		“Mau mudik naik kereta? Cek Pegi – Pegi yuk!” iklan tersebut diartikan bahwa Pegi – Pegi menyediakan pemesanan tiket kereta pada berbagai kota di Indonesia dengan promo yang sudah tersedia pada aplikasi.

4.1.5 *Value* berdasarkan Web Official

Tabel 4.5 Pengkategorian *Value* berdasarkan Web Official

Kode	Objek	Deskripsi
WO-1	Traveloka	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket kereta api, pesawat dan hotel.
WO-2		Fitur Flight pada Traveloka menyediakan pencarian dan pemesanan tiket pesawat dengan harga murah dan terdapat 3 langkah yang mudah, yaitu <i>Flight Destination</i> , <i>Date Flight</i> dan <i>Search Flight</i> .
WO-3		Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu.
WO-4		Traveloka menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika melakukan pemesanan.
WO-5		Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran Telkom, PLN, BPJS Kesehatan dan PDAM pada fitur bill payment.
WO-6		Traveloka dapat diakses pada iOS dan Android sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses.
WO-7		Traveloka memudahkan pengguna untuk pembelian pulsa dan paket data dengan menggunakan fitur <i>Top-Up & Data Packages</i> .

Tabel 4.5 Pengkategorian *Value* berdasarkan Web Official (lanjutan)

Kode	Objek	Deskripsi
WO-8		Pengguna dapat melakukan transaksi lebih mudah dengan menggunakan <i>TravelokaPay</i> .
WO-9		Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i> yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukkan kode <i>booking</i> .
WO-10		Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel, dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.
WO-11		Traveloka memberikan kemudahan dengan mengkombinasikan beberapa pesawat yang berbeda dalam satu tujuan
WO-12		Traveloka menyediakan jasa pelayanan chat, email dan lain – lain dalam waktu 24 jam.
WO-13		Pada Traveloka sistem pembayaran dapat dilakukan melalui ATM, pada alfamart, alfamidi, dan indomart terdekat.
WO-14	Tiket.com	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.
WO-15		Pada Tiket.com terdapat fitur Sewa Mobil yang dapat memudahkan pengguna untuk melakukan sewa mobil dimana dan kapan saja pengguna butuhkan dengan harga terjangkau.
WO-16		Untuk mendapatkan tiket poin pada TIX Poin Tiket.com, maka dengan transaksi pada Tiket.com secara otomatis akan mendapatkan Tiket Poin sampai dengan 7% dari nilai transaksi. Dengan adanya TIX Poin untuk member pada Tiket.com pengguna bisa dipastikan mendapat potongan harga ketika melakukan pembelian. TIX Poin pada Tiket.com dapat ditukar dengan barang impian yaitu Philips, Sharp, Miyako, Sony, Canon, Nikon, Fujifilm dan masih banyak barang – barang lainnya yang bisa ditukarkan. Selain itu, TIX point memberikan merchant kepada rekanan Tiket.com dengan menunjukan virtual id.
WO-17		Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah dengan menggunakan visa, <i>mastercard</i> dan Geotrust.

Tabel 4.5 Pengkategorian *Value* berdasarkan Web Official (lanjutan)

Kode	Objek	Deskripsi
WO-18		Aplikasi tiket.com dapat diakses dengan iOS maupun android sehingga dapat memudahkan pengguna dalam mengakses.
WO-19		Tiket.com memberikan jaminan pembayaran online dengan mudah dan aman.
WO-20		Tiket.com mempunyai media partner meliputi <i>Facebook, Twitter, Linkedid, Google Plus, Instagram</i> dan <i>Youtube</i> .
WO-21		Fitur Entertainment pada aplikasi Tiket.com memberikan kemudahan pengguna dalam melakukan pencarian event, atraksi dan lain –lain. Pada setiap pencarian event dan atraksi sudah tertera rincian harga, waktu dan tempatnya.
WO-22		Pada setiap fitur yang ada pada aplikasi Tiket.com terdapat FAQ untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan berbagai macam tiket.
WO-23		Pada Tiket.com terdapat konversi harga untuk pembayaran, hal tersebut memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran sesuai dengan mata uang yang dibutuhkan.
WO-24		Fitur <i>Smart RounTrip</i> pada Tiket.com dapat pengguna dapat memesan penerbangan pergi – pulang menjadi lebih hemat.
WO-25		Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.
WO-26		Pada Tiket.com menyediakan fitur livechat sehingga memudahkan pengguna ketika merasa kesulitan dalam mengakses.
WO-27		Tiket.com memberikan peluang bagi pengguna untuk menjadi offline agent reseller dan offliate partner.
WO-28	Pegi - pegi	Pegi – pegi merupakan online travel agent yang memberikan pelayanan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.
WO-29		Pada pegi – pegi engguna dapat menggunakan fitur travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang ada di Indonesia.
WO-30		Pegi – pegi memberikan rekomendasi kepada pengguna tentang kota yang sering dikunjungi.

Tabel 4.5 Pengkategorian *Value* berdasarkan Web Official (lanjutan)

Kode	Objek	Deskripsi
WO-31		Pegi – pegi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer dan pencarian hotel terpopuler.
WO-32		Memberikan informasi pada pengguna cara pemesanan hotel, cara pemesanan tiket pesawat dan cara pemesanan tiket kereta api.
WO-33		Pegi – pegi memberikan beberapa keuntungan kepada pengguna yang menjadi member pegi – pegi.
WO-34		Pengguna dapat menggunakan PapePoint <i>Reward</i> untuk mendapatkan pengurangan harga dalam pemesanan selanjutnya.
WO-35		Pape point tersebut dapat didapatkan pengguna setelah melakukan pemesanan tiket hotel, pemesanan tiket pesawat dan pemesanan tiket kereta api.
WO-36		Pegi – pegi memberikan rekomendasi brand hotel ternama di Indonesia.
WO-37		Pegi – pegi memberikan informasi tentang promo terbaru bagi pengguna.
WO-38		Pegi – pegi dilengkapi dengan sertifikat comodo secure yang merupakan layana terverifikasi sehingga pengguna tidak perlu cemas dan khawatir dalam melakukan transaksi online .
WO-39		Pegi – pegi menawarkan berbagai metode pembayaran melalui ATM, transfer bank, perbankan online, dan kartu kredit.
WO-40		Pegi – pegi menyediakan layanan livechat untuk memudahkan pengguna bertanya atau memberikan masukan.
WO-41		Pegi – pegi menyediakan layanan FAQ memudahkan pengguna untuk bertanya atau memberikan masukan.
WO-42		Pegi – pegi memberikan berbagai promo menarik dan harga special dalam kebutuhan travelling pengguna.

4.2 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb

Hasil dari *value proposed* berdasarkan Honeycomb yaitu telah dikelompokkan kedalam 7 aspek *Honeycomb* berupa *Useful*, *Usable*, *Credible*, *Findable*, *Desirable*, *Accessible*, *Valuable* yang disajikan dalam bentuk Table yang berisi aspek *Honeycomb*, Sumber, Kode, Deskripsi *Value* dan Ranking.

Tabel 4.6 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Traveloka

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
1	<i>Useful</i>	Slogan	SN-1	"Traveloka first, then the world" yang memiliki arti untuk memilih Traveloka dalam menentukan tujuan.	5	Traveloka menyediakan pelayanan yang praktis dalam pemesanan tiket dan hotel serta kebutuhan <i>travelling</i> lainnya sehingga kebutuhan pengguna dapat terpenuhi.
		Iklan	IN-4	Memanjakan diri dengan beragam pilihan relaksasi, semua ada di aktivitas dan rekreasi Traveloka.		
		Web Official	WO-5	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran PLN Electricity, BPJS Kesehatan, Telkom, dan PDAM pada <i>fitur bill payment</i> .		
			WO-8	Pengguna dapat melakukan transaksi lebih mudah dengan menggunakan TravelokaPay.		
	<i>Usable</i>	Visi-Misi	VM-1	Menjadikan <i>traveling</i> lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui teknologi.		Traveloka lebih efisien dalam penggunaan, penilaian ini didasarkan dengan seberapa lama proses dilakukan, dan jumlah klik yang diperoleh, Traveloka tidak memerlukan waktu proses yang lama dan jumlah klik yang tidak terlalu banyak. Hal ini mempersingkat dan

Tabel 4.6 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Traveloka (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
						mempermudah pengguna dalam proses pemesanan tiket maupun hotel.
		<i>Web Official</i>	WO-1	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket kereta api, pesawat dan hotel	6	
			WO-2	Fitur <i>fight</i> pada Traveloka menyediakan pencarian dan pemesanan tiket pesawat dengan harga murah dan terdapat 3 langkah yang mudah, yaitu <i>Flight Destination</i> , <i>Date Flight</i> dan <i>Search Flight</i> .		
			WO-11	Traveloka memberikan kemudahan dengan mengkombinasikan beberapa pesawat yang berbeda dalam satu tujuan.		
	<i>Desirable</i>	<i>Web Official</i>	WO-3	Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu.	7	Rata-rata pengguna selalu mencari promo dalam melakukan pemesanan, Traveloka memberi harga terbaik, dengan cara terbaik, dan hasil terbaik meringankan biaya liburan sehingga

Tabel 4.6 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Traveloka (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
						apabila Traveloka memberikan banyak promo akan membuat pengguna ingin menggunakan Traveloka kembali.
	<i>Findable</i>	Iklan	IN-1	"Traveloka dulu, hotel idaman kemudian" dengan iklan tersebut, mengajak pengguna untuk melakukan pemesanan hotel menggunakan Traveloka.	7	Traveloka memberikan informasi yang mudah dipahami oleh pengguna contoh ketika pengguna ingin menggunakan aplikasi Traveloka, setiap fitur terdapat informasi dan langkah-langkah apa saja yang harus pengguna lakukan.
			IN-2	"Traveloka first, then travel easy" iklan tersebut mengajak pengguna menggunakan Traveloka agar perjalanan mereka menjadi lebih mudah.		
		<i>Web Official</i>	WO-4	Traveloka menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika melakukan pemesanan.		
			WO-7	Traveloka memudahkan pengguna untuk pembeian pulsa dan paket data dengan menggunakan fitur <i>Top-Up & Data Packages</i> .		

Tabel 4.6 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Traveloka (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
			WO-9	Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i> yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukan kode <i>booking</i> .		
	Accessible	Iklan	IN-3	Traveloka menawarkan liburan tanang tanpa terburu – buru dengan menggunakan <i>online check-in</i> Traveloka sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan kursi yang diinginkan.	1	Traveloka selalu melakukan pembaharuan versi untuk meningkatkan kinerja sistem agar kemudahan navigasi dan interaksi pengguna web maupun <i>mobile application</i> semakin nyaman sehingga aplikasi diakses kapan saja dan di mana saja.
		Web Official	WO-6	Traveloka dapat diakses pada iOS dan Android sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses.		
			WO-13	Pada Traveloka sistem pembayaran dapat dilakukan melalui ATM, pada alfamart, alfamidi, dan indomart terdekat.		
	Credible	Web Official	WO-12	Traveloka menyediakan jasa pelayanan chat, email dan lain – lain dalam waktu 24 jam.	2	Traveloka memberikan pelayanan nonstop dan akan menjawab keluhan pengguna kapan saja untuk mendapatkan kepercayaan pengguna.

Tabel 4.6 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Traveloka (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
	<i>Valuable</i>	<i>Web Official</i>	WO-10	Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel , dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.	3	Dengan adanya nilai lebih seperti hemat dalam melakukan pembayaran, promo, diskon, dan lain-lain yang ditawarkan Traveloka akan meningkatkan kepuasan pengguna.

Tabel 4.7 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Tiket.com

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
	<i>Useful</i>	Visi Misi	VM-2	Membuat pelayanan yang berarti dan memberikan pengaruh untuk banyak orang.	3	Tiket.com menyediakan pelayanan yang praktis dalam pemesanan tiket dan hotel serta kebutuhan <i>travelling</i> lainnya sehingga kebutuhan pengguna dapat terpenuhi.
		Slogan	SN-2	Tiket.com memiliki slogan " <i>Redifining journey, together</i> " yang dapat diartikan memutuskan kembali perjalanan dengan bantuan Tiket.com.		
		Iklan	IN-6	"Mau kemana? Kemanapun Tiket.com saja" iklan tersebut		

Tabel 4.7 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Tiket.com (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
				bertujuan menawarkan pada pengguna bahwa Tiket.com dapat memberikan berbagai macam pilihan kebutuhan untuk <i>traveller</i> .		
		Web Official	WO-14	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.		
	Usable	Web Official	WO-15	Pada Tiket.com terdapat fitur Sewa Mobil yang dapat memudahkan pengguna untuk melakukan sewa mobil dimana dan kapan saja pengguna butuhkan dengan harga terjangkau.	4	Tiket.com semua tiket didapatkan dengan mudah bukan hanya tiket pesawat dan kereta api, namun tiket konser, event, dan lain lain pun dapat mudah dibeli.
			WO-21	Fitur Entertainment pada aplikasi Tiket.com memberikan kemudahan pengguna dalam melakukan pencarian event, atraksi dan lain – lain. Pada setiap pencarian event dan atraksi sudah tertera rincian harga, waktu dan tempatnya.		
	Desirable	Web Official	WO-24	Fitur Smart RoundTrip pada Tiket.com dapat pengguna dapat	7	Tiket.com memberikan proses yang simpel dan praktis dalam melakukan

Tabel 4.7 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Tiket.com (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
				memesan penerbangan pergi – pulang menjadi lebih hemat.		pemesanan tiket pulang pergi sehingga dengan adanya kemudahan tersebut dapat membuat pengguna ingin menggunakan Tiket.com lagi.
	<i>Findable</i>	<i>Web Official</i>	WO-22	Pada setiap fitur yang ada pada aplikasi Tiket.com terdapat FAQ untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan berbagai macam tiket.	2	Tiket.com memberikan informasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Tiket.com juga memberikan informasi yang telah dikelompokkan sesuai dengan produk.
			WO-23	Pada Tiket.com terdapat konversi harga untuk pembayaran, hal tersebut memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran sesuai dengan lokasi pemesanan. Pada Tiket.com dapat menampilkan beberapa konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika mengakasesnya.		
	<i>Accessible</i>	<i>Web Official</i>	WO-17	Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah dengan menggunakan visa, <i>mastercard</i> dan Geotrust.	5	Tiket.com dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan aplikasi web ataupun <i>mobile application</i> . Alternative pembanyaran bisa

Tabel 4.7 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Tiket.com (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
						menggunakan banyak pilihan. Memiliki 14 macam pembayaran dari transfer
			WO-18	Aplikasi tiket..com dapat diakses dengan iOS maupun android sehingga dapat memudahkan pengguna dalam mengakses.		
			WO-19	Tiket.com memberikan jaminan pembayaran online dengan mudah dan aman.		
	<i>Credible</i>	<i>Web Official</i>	WO-25	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.	4	Tiket.com memberikan pelayanan nonstop dan akan menjawab keluhan pengguna saat mendapatkan masalah dalam mengakses.
	<i>Valuable</i>	<i>Web Official</i>	WO-16	Untuk mendapatkan tiket poin pada TIX Poin Tiket.com, maka dengan transaksi pada Tiket.com secara otomatis akan mendapatkan Tiket Poin sampai dengan 7% dari nilai transaksi. Dengan adanya TIX Poin untuk member pada Tiket.com pengguna bisa dipastikan mendapat	1	Adanya nilai lebih seperti potongan harga dan promo pada TIX poin, dan lainlain yang ditawarkan Tiket.com dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Tabel 4.7 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Tiket.com (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
				potongan harga ketika melakukan pembelian. TIX Poin pada Tiket.com		
				dapat ditukar dengan barang impian yaitu Philips, Sharp, Miyako, Sony, Canon, Nikon, Fujifilm dan masih banyak barang – barang lainnya yang bisa ditukarkan. Selain itu, TIX point memberikan memberikan merchant kepada rekanan Tiket.com dengan menunjukan virtual id.		
			WO-26	Pada Tiket.com menyediakan fitur livechat sehingga memudahkan pengguna ketika merasa kesulitan dalam mengakses.		

Tabel 4.8 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Pegi pegi

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
	<i>Useful</i>	Visi Misi	VM3	Menjadi <i>Online Traveling Agent</i> nomor satu di Indonesia dengan membantu kebutuhan perjalanan pengguna.	2	Pegi-peggi menyediakan pelayanan yang praktis dalam pemesanan tiket dan hotel yang ada di Indonesia serta kebutuhan

Tabel 4.8 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Pegi pegi (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
						<i>travelling</i> lainnya sehingga kebutuhan pengguna dapat terpenuhi.
		Slogan	SN-3	"We Redefine Travelling in Indonesia" merupakan slogan yang dibuat dengan maksud menentukan perjalanan yang ada di Indonesia dengan menggunakan Pegi - pegi.		
		Web Official	WO-27	Tiket.com memberikan peluang bagi pengguna untuk menjadi offline agent reseller dan offliate partner.		
	Usable	Iklan	IN-7	" Pegi – Pegi yuk" iklan tersebut memberikan gambara pada pengguna bahwa pegi – pegi menyediakan segala kebutuhan dengan mudah dan cepat. Selain itu pegi – pegi menawarkan tempat wisata dan hotel terbaru yang ada di Indonesia.	1	Pegi-peggi semua tiket didapatkan dengan mudah. Pegi-peggi memudahkan pengguna dalam mencari spot terbaru yang ada di Indonesia.
	Desirable	Web Official	WO-32	Memberikan informasi pada pengguna cara pemesanan hotel, cara pemesanan tiket pesawat dan cara pemesanan tiket kereta api.	5	Pegi-peggi memberikan <i>reward</i> dan poin sehingga menarik pengguna untuk menggunakan aplikasi ini kembali
	Findale	Web Official	WO-28	Pegi – pegi merupakan online travel agent yang memberikan pelayanan	3	Pegi-peggi memberikan informasi rekomendasi hotel terpopuler dan travel

Tabel 4.8 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website Pegi pegi* (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
				pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.		tips yang sering dijadikan refrensi informasi bagi traveler. Pegipegi juga menyediakan fitur <i>last minute inventory</i> sehingga pengguna akan mengetahui hotel mana saja yang tersedia pada hari itu juga
			WO-29	Pada pegi – pegi engguna dapat menggunakan fitur travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang ada di Indonesia.		
			WO-34	Pengguna dapat menggunakan PapePoint <i>Reward</i> untuk mendapatkan pengurangan harga dalam pemesanan selanjutnya.		
			WO-35	Pape point tersebut dapat didapatkan pengguna setelah melakukan pemesana tiket hotel, pemesanan tiket pesawat dan pemesanan tiket kereta api.		
			WO-36	Pegi – pegi memberikan rekomendasi brand hotel ternama di Indonesia.		
			WO-39	Pegi – pegi menawarkan berbagai metode pembayaran melalui ATM, transfer bank, perbankan online, dan kartu kredit.		

Tabel 4.8 Hasil Value Proposed berdasarkan Honeycomb pada website Pegi pegi (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
	<i>Accessible</i>	<i>Web Official</i>	WO-33	Pegi – pegi memberikan beberapa keuntungan kepada pengguna yang menjadi member pegi – pegi.	6	Pengguna dapat mengakses pegipegi dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan aplikasi web ataupun <i>mobile application</i> dengan cepat dan <i>user fraindly</i> . Beragam mode pembayaran sudah memenuhi standart online booking termasuk pada pegi-peggi.
			WO-38	Pegi – pegi dilengkapi dengan sertifikat comodo secure yang merupakan layana terverifikasi sehingga pengguna tidak perlu cemas dan khawatir dalam melakukan transaksi online .		
	<i>Credible</i>	<i>Web Official</i>	WO-37	Pegi – pegi memberikan informasi tentang promo terbaru bagi pengguna.	7	Pegi-peggi memberikan pelayanan nonstop dan pengguna tidak perlu merasa cemas atau kuatir karena pegi-peggi menggunakan comodo secure untuk mengamankan transaksi online.
			WO-40	Pegi – pegi menyediakan layanan livechat untuk memudahkan pengguna bertanya atau memberikan masukan.		

Tabel 4.8 Hasil *Value Proposed* berdasarkan Honeycomb pada *website* Pegi pegi (lanjutan)

No.	UX Honeycomb	Sumber Data	Kode	Deskripsi	Rating	Keterangan
	<i>Valuable</i>	Iklan	IN-8	“ Saatnya liburan! Pegi – Pegi yuk ” iklan tersebut dapat diartikan bahwa pada saat liburan Pegi – Pegi	4	Pegi-peggi strategi menyediakan promosi yang menarik dan memberikan keuntungan kepada pengguna dan terus melayani kebutuhan pengguna dapat meningkatkan kepuasan pengguna.
				i memberikan penawaran dalam bentuk potongan harga untuk pemesanan tiket kereta, pesawat dan hotel.		
			IN-9	“Mau mudik naik kereta? Cek Pegi – Pegi yuk!” iklan tersebut diartikan bahwa Pegi – Pegi menyediakan pemesanan tiket kereta pada berbagai kota di Indonesia dengan promo yang sudah tersedia pada aplikasi.		
		<i>Web Official</i>	WO-30	Pegi – pegi memberikan rekomendasi kepada pengguna tentang kota yang sering dikunjungi.		
			WO-31	Pegi – pegi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer dan pencarian hotel terpopuler.		

4.3 Hasil Penelitian *Expert* dan Peneliti

4.3.1 Biodata *Expert*

Pada penelitian ini melibatkan 5 *expert* yang bertujuan untuk membantu peneliti dalam menilai *proposed value* yang telah diberikan oleh Traveloka, toket.com dan pegi-peggi. Kriteria *expert* yang dibutuhkan adalah *expert* yang berpengalaman dibidang IT *user experience* dengan pengalaman kerja minimal 2 tahun kerja. Berikut adalah profil dari 5 *expert* :

1. Fahrian Imanudin (*Expert 1*)

Pengalaman:

- Konsultan IT Fastcomm – 2010
- Front end Fastcomm – 2008
- Programmer Premprov Jatim Surabaya – 2010
- Analis sistem UNAIR 2012 – sekarang

2. Muhammad Yan Handita. (*Expert 2*)

Pengalaman:

- Front end kapanlagi.com – 2014
- Digital Marketing Analyst di Astra – 2015
- Direktorat Sistem Informasi UNAIR 2016 – sekarang

3. Anugrah Anang Prasetyo. (*Expert 3*)

Pengalaman:

- Analis sistem UNESA – 2013
- UI Gameloft – 2015
- Digital Marketing Gameloft 2017 – sekarang

4. Raiesa Rachman. (*Expert 4*)

Pengalaman:

- Front end Development IDNTimes Media – 2012
- Digital Marketing Analyst IDNTimes – 2014
- Digital Marketing Analyst TokPed – 2016
- Direktorat Sistem Informasi UNAIR 2017 – sekarang

5. Wildan Al Hasyir. (*Expert 5*)

Pengalaman:

- Digital Marketing Toko Online – 2015
- Digital Marketing & Research Blanja.com – 2016
- Direktorat Sistem Informasi UNAIR 2017 – sekarang

4.3.2 Hasil saran validasi *expert*

Pada hasil saran validasi *expert* ini merupakan hasil diskusi tentang deskripsi dari peneliti dan *expert* yang akan digunakan dalam penyebaran

kuisisioner kepada responden yang dituju untuk penelitian. Berikut hasil saran validasi *Expert* yang berisikan deskripsi dan saran perbaikan dari *expert*:

4.3.2.1 Deskripsi Saran Validasi Expert Traveloka

Berikut merupakan hasil saran validasi yang diberikan oleh para *expert* pada Traveloka yang dijelaskan berupa deskripsi dan saran :

Tabel 4.9 Deskripsi Saran *Expert* 1 Traveloka

No.	Variable	Deskripsi	Saran Deskripsi
1	<i>Useful</i>	Traveloka menggunakan metode pembayaran dengan ATM, bank transfer, kartu kredit, mandiri debit, indomaret, alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	Traveloka tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan dan pembelian tiket pesawat, hotel dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur untuk pembayaran PDAM water, PLN electricity, dan BPJS kesehatan.
2	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket pesawat	Traveloka memberikan kemudahan dalam tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online.
3	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu	Traveloka menyediakan berbagai pilihan event, activities, destinations yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun di internasional.
4	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i> yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukkan <i>booking id</i> .	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan
5	<i>Accessible</i>	Traveloka menawarkan liburan dengan menggunakan online check-in sehingga check-in dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan yang diinginkan.	Traveloka menyediakan mobile apps berbasis android dan iOS serta pemesanan melalui <i>website</i> untuk memudahkan akses bagi pengguna.
6	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, hingga kecelakaan.	Traveloka memberikan suransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman ketika melakukan pemesanan tiket.

Tabel 4.9 Deskripsi Saran *Expert 1* Traveloka (lanjutan)

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
7	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel , dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.	Traveloka menyediakan berbagai macam promo dan kupon diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu.

Tabel 4.10 Deskripsi Saran *Expert 2* Traveloka

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Traveloka menggunakan metode pembayaran dengan ATM, bank transfer, kartu kredit, mandiri debit, indomaret, alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	Memenuhi kebutuhan <i>user</i> Traveloka telah memudahkan <i>user</i> dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari seperti memesan tiket kereta api, booking hotel, dan pesan tiket pesawat.
2	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket pesawat	Aplikasi mudah digunakan Traveloka memiliki tata cara pemesanan dan pembayaran yang tidak ribet dan memiliki berbagai metode pembayaran
3	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu	Gambar, identitas, brand dan elemen desain bisa membangkitkan emosi dan apresiasi. Traveloka memiliki kerjasama dengan berbagai maskapai dan hotel – hotel yang memudahkan <i>user</i> saat melakukan booking yang sesuai kebutuhan.
4	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i> yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukkan <i>booking id</i> .	Desain navigasi memudahkan <i>user</i> Navigasi atau tombol yang ada pada Traveloka jelas dan mudah dipahami.
5	<i>Accessible</i>	Traveloka menawarkan liburan dengan menggunakan online check-in sehingga check-in dapat dilakukan	Kemudahan pengaksesan GTraveloka dapat diakses melalui <i>website</i> computer maupun smartphone pada android dan iOS

Tabel 4.10 Deskripsi Saran *Expert 2* Traveloka (lanjutan)

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
		dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan yang diinginkan.	
6	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, hingga kecelakaan.	Traveloka memberikan asuransi dan jaminan yang dapat diberikan ke pelanggan saat pelayanan saat merasa dirugikan
7	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel , dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.	Traveloka menyediakan promo penginapan dan penerbangan pada hari – hari tertentu Traveloka menerima kode voucher yang dapat memberikan potongan harga saat melakukan pemesanan.

Tabel 4.11 Deskripsi Saran perbaikan *Expert 3* Traveloka

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Traveloka menggunakan metode pembayaran dengan ATM, bank transfer, kartu kredit, mandiri debit, indomaret, alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	Traveloka memudahkan <i>user</i> dalam melakukan pembayaran dan dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari seperti pemesanan tiket
2	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket pesawat	Traveloka memiliki cara mudah pemesanan tiket dan metode pembayaran.
3	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu	Dengan adanya keanekaragaman dalam berbagai makapai dan hotel – hotel dapat memudahkan <i>user</i> saat melakukan booking yang sesuai dengan kebutuhan.
4	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i> yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukkan <i>booking id</i> .	Fitur yang terdapat pada Traveloka jelas dan jelas untuk dipahami.

Tabel 4.11 Deskripsi Saran perbaikan *Expert 3* Traveloka (lanjutan)

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
5	<i>Accessible</i>	Traveloka menawarkan liburan dengan menggunakan online check-in sehingga check-in dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan yang diinginkan.	Traveloka dapat di akses dengan mudahnya melalui android maupun iOS.
6	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, hingga kecelakaan.	Traveloka memberikan asuransi dan jaminan yang dapat diberikan kepada pelanggan saat pelayanan yang dirasakan merugikan.
7	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel , dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.	Traveloka memberikan pelayanan dengan menerima kode voucher yang dapat memberikan potongan harga saat melakukan pemesanan.

Tabel 4.12 Deskripsi saran perbaikan *Expert 4* Traveloka

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Traveloka menggunakan metode pembayaran dengan ATM, bank transfer, kartu kredit, mandiri debit, indomaret, alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	Traveloka menyediakan fitur untuk pemesanan dan pembelian tiket. Selain itu Traveloka menyediakan fitur untuk oembayaran PDAM water dan BPJS.
2	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket pesawat	Traveloka memberikan kemudahan dalam pembelian dan pemesanan tiket
3	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu	Traveloka menyediakan berbagai pilihan event, activities, destinations yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun di internasional.
4	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i>	Traveloka menyediakan retrieve booking untuk memudahkan

Tabel 4.12 Deskripsi saran perbaikan *Expert 4* Traveloka (lanjutan)

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
		yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukkan <i>booking id</i> .	pengguna dalam mencari detail pemesanan Traveloka menyediakan mobile apps berbasis android dan iOS serta pemesanan melalui <i>website</i> untuk memudahkan akses bagi pengguna.
5	<i>Accessible</i>	Traveloka menawarkan liburan dengan menggunakan online check-in sehingga check-in dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan yang diinginkan.	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman ketika melakukan pemesanan tiket.
6	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, hingga kecelakaan.	Traveloka menyediakan berbagai macam promo dan kupon diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu.
7	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel , dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman ketika melakukan pemesanan tiket.

Tabel 4.13 Deskripsi saran perbaikan *Expert 5* Traveloka

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Traveloka menggunakan metode pembayaran dengan ATM, bank transfer, kartu kredit, mandiri debit, indomaret, alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	Traveloka memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan booking tiket kereta api, hotel dan pesan tiket pesawat
2	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket pesawat	

Tabel 4.13 Deskripsi saran perbaikan *Expert 5 Traveloka* (lanjutan)

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
3	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan banyak promo penerbangan dan penginapan pada hari – hari tertentu	Traveloka memberika promo penerbangan dan pemesanan hotel pada tanggal – tanggal tertentu
4	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan fitur <i>retrieve booking</i> yang dapat digunakan untuk memeriksa kembali detail pemesanan dengan memasukkan <i>booking id</i> .	Traveloka memberikan fitur yang dapat menunjang kelancaran pengguna untuk memesan tiket pesawat dan hotel.
5	<i>Accessible</i>	Traveloka menawarkan liburan dengan menggunakan online check-in sehingga checki-in dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan pilihan yang diinginkan.	Traveloka dapat diakses menggunakan android dan iOS
6	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi untuk keterlambatan, pembatalan perjalanan, kehilangan barang, hingga kecelakaan.	Traveloka menyediakan asuransi untuk keterlambatan dan pembatalan.
7	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan fitur Flight+Hotel , dengan arti pengguna dapat melakukan pemesanan hotel dan tiket pesawat dalam satu waktu sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.	Traveloka menyediakan promo penginapan dan penerbangan. Serta menerima kode voucher yang dapat memberikan ptongan harga saat melakukan pemesanan.

4.3.2.2 Deskripsi Saran Validasi *Expert Tiket.com*

Berikut merupakan hasil saran validasi yang diberikan oleh para expert pada Tiket.com yang dijelaskan berupa deskripsi dan saran :

Tabel 4.14 Deskripsi saran *Expert 1 Tiket.com*

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanana hotel, pesawat, dan kereta api. Tetapi juga memberikan fitur sewa mobil yang

Tabel 4.15 Deskripsi saran *Expert 1* Tiket.com (lanjutan)

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
		kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.	memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun.
2	<i>Usable</i>	Fitur Sewa Mobil pada Tiket.com memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimana saja dan kapan saja pengguna butuhkan.	Tiket.com memberikan kemudahan dalam memilih menu untuk kebutuhan penerbangan seperti waktu dan waktu tiba serta fasilitas (bagasi & makanan, bandara untuk transit, dan maskapai penerbangan)
3	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat.	Tiket.com menyediakan berbagai pilihan maskapai yang diinginkan pelanggan seperti Air Asia, batikair Garuda Indonesia, citilink, dan masih banyak lagi.
4	<i>Findable</i>	Tiket.com menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika mengaksesnya.	Tiket.com menyediakan promosi yang otomatis dikelompokkan sesuai dengan prosuknya.
5	<i>Accessible</i>	Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah menggunakan visa, masterdcard dan Geotrust.	Tiket.com menyediakan mobile app berbasis android dan ios serta pemesanan melalui <i>website</i> untuk memudahkan akses bagi pengguna
6	<i>Credible</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan travel protection yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user, mastercard</i> , dan <i>geotrust</i> .
7	<i>Valuable</i>	Dengan TIX Poin pada Tiket.com dapat dipastikan pengguna bisa mendapatkan potongan harga dan promo	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin.

Tabel 4.16 Deskripsi saran *Expert 2* Tiket.com

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.	Tiket.com mempermudah <i>user</i> dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan perjalanan
2	<i>Usable</i>	Fitur Sewa Mobil pada Tiket.com memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimana saja dan kapan saja pengguna butuhkan.	Tiket.com memiliki tata cara pemesanan dan pembelian yang tidak ribet dan memiliki kemudahan metode pembayaran saat checkout.
3	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat.	
4	<i>Findable</i>	Tiket.com menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika mengaksesnya.	Navigasi atau tombol yang ada pada Tiket.com jelas dan mudah dipahami <i>user</i>
5	<i>Accessible</i>	Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah menggunakan visa, masterdcard dan Geotrust.	Tiket.com dapat di akses degan mudah melalui computer maupun smartphone (android dan iOS)
6	<i>Credible</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.	Tiket.com memiliki asuransi dan jaminan yang dapat diberikan ke pelanggan saat pelanggan merasa dirugikan
7	<i>Valuable</i>	Dengan TIX Poin pada Tiket.com dapat dipastikan pengguna bisa mendapatkan potongan harga dan promo	

Tabel 4.17 Deskripsi saran *Expert 3* Tiket.com

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.	
2	<i>Usable</i>	Fitur Sewa Mobil pada Tiket.com memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimana saja dan kapan saja pengguna butuhkan.	Tiket.com memberikan cara pemesanan dan pembelian yang tidak ribet dan memiliki kemudahan pembayaran ketika checkout.
3	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat.	
4	<i>Findable</i>	Tiket.com menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika mengaksesnya.	Fitur atau navigasi yang terdapat pada Tiket.com mudah dipahami untuk pengguna
5	<i>Accessible</i>	Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah menggunakan visa, masterdcard dan Geotrust.	Tiket.com memberikan kemudahan untuk mengakses dengan menggunakan android dan iOS
6	<i>Credible</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.	- Tiket.com memberikan jaminan dan asuransi untuk diberikan ke pelanggan sebagai pengganti ketika pengguna sedang merasa dirugikan.
7	<i>Valuable</i>	Dengan TIX Poin pada Tiket.com dapat dipastikan pengguna bisa mendapatkan potongan harga dan promo	

Tabel 4.18 Deskripsi saran *Expert 4* Tiket.com

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.	Tiket.com menyediakan fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun.
2	<i>Usable</i>	Fitur Sewa Mobil pada Tiket.com memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimana saja dan kapan saja pengguna butuhkan.	Tiket.com memberikan kemudahan dalam memilih menu untuk kebutuhan penerbangan seperti waktu dan waktu tiba serta fasilitas yang sudah ada pada penerbangan yang sudah di tentukan.
3	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat.	Tiket.com memberikan beberapa pilihan maskapai dan dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan yang pengguna harapkan.
4	<i>Findable</i>	Tiket.com menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika mengaksesnya.	Tiket.com memberikan kemudahan pengguna untuk mendapatkan promosi yang sudah dikelompokkan sesuai dengan produknya.
5	<i>Accessible</i>	Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah menggunakan visa, masterdcard dan Geotrust.	Tiket.com dapat diakses di <i>website</i> , selain itu dapat diakses pada mobile apps berbasis android dan iOS
6	<i>Credible</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.	Tiket.com menyediakan fasilitas travel protection pada pengguna ketika terjadi kerugian.
7	<i>Valuable</i>	Dengan TIX Poin pada Tiket.com dapat dipastikan pengguna bisa mendapatkan potongan harga dan promo	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin.

Tabel 4.19 Deskripsi saran *Expert 5* Tiket.com

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Tiket.com memberikan kemudahan untuk memilih penerbangan dari mulai dengan kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai.	Tiket.com memberikan kemudahan dari oemeilihan penerbangan samai dengan pemilihan maskapai
2	<i>Usable</i>	Fitur Sewa Mobil pada Tiket.com memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimana saja dan kapan saja pengguna butuhkan.	Tiket.com memudahkan oengguna dalam mengakses aplikasinya
3	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat.	
4	<i>Findable</i>	Tiket.com menampilkan berbagai konversi harga dalam beberapa pilihan mata uang negara ketika mengaksesnya.	Navigasi yang ada pada Tiket.com jelas dan mudah dipahami pengguna.
5	<i>Accessible</i>	Sistem pembayaran pada Tiket.com dapat diakses dengan mudah menggunakan visa, masterdcard dan Geotrust.	Tiket.com dapat diakses melalui android dan iOS
6	<i>Credible</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produk.	Tiket.com memberikan asuransi yang dapat diberikan pada pelanggan saat terjadi kerugian.
7	<i>Valuable</i>	Dengan TIX Poin pada Tiket.com dapat dipastikan pengguna bisa mendapatkan potongan harga dan promo	

4.3.2.3 Deskripsi Saran Validasi Expert Pegi-peg

Berikut merupakan hasil saran validasi yang diberikan oleh para expert pada Pegi-peg yang dijelaskan berupa deskripsi dan saran :

Tabel 4.20 Deskripsi saran *Expert 1* Pegi-peg

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Pegi-peg merupakan <i>online travel agent</i> yang memberikan pelayanan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur travel tips seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll
2	<i>Usable</i>	Pegi-peg menyediakan layanan livechat dan FAQ sehingga memudahkan pengguna untuk bertanya atau memberikan masukan.	Pegi – pegi memberikan kemudahan kepada pengguna untuk bertanya dan memberikan masukan dengan menggunakan fitur layanan live chat dan FAQ
3	<i>Desirable</i>	Pegi-peg memberikan poin yang didapat setelah melakukan pemesanan tiket kereta api, tiket pesawat, dan hotel dengan menggunakan pegi-peg.	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan
4	<i>Findable</i>	Pegi-peg memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang d indonesia	Pegi – pegi menyediakan fitur pencarian tiket populer, hotel populer sehingga memudahkan pengguna untuk mencari informasi tentang wisata di Indonesia.
5	<i>Accessible</i>	Pegi-peg menawarkan berbagai metode pembayaran dengan ATM, bank transfer dan kartu kredit	Pegi – pegi menyediakan mobile apps berbasis android dan ios serta pemesanan melalui <i>website</i> untuk memudahkan akses bagi pengguna
6	<i>Credible</i>	Pegi-peg dilengkapi sertifikat layanan terverifikasi untuk melindungi transaksi pengguna.	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna
7	<i>Valuable</i>	Pengguna dapat menggunakan PepePoin <i>Reward</i> pada pegi-peg untuk mendapatkan diskon dalam pemesanan selanjutnya.	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket hotel

Tabel 4.21 Deskripsi saran *Expert 2* Pegi-peg

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Pegi-peg merupakan <i>online travel agent</i> yang memberikan pelayanan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.	Pegi – pegi memudahkan <i>user</i> dalam melakukan pemesanan dan pembelian tiket perjalanan berupa kereta, pesawat hingga hotel.
2	<i>Usable</i>	Pegi-peg menyediakan layanan livechat dan FAQ sehingga memudahkan pengguna untuk bertanya atau memberikan masukan.	Pegi – pegi memiliki tata cara pemesanan dan pembelian yang tidak ribet dan dimudahkan dalam proses pembayaran (metode pembayaran banyak) via m-banking, transfer dan lain - lain
3	<i>Desirable</i>	Pegi-peg memberikan poin yang didapat setelah melakukan pemesanan tiket kereta api, tiket pesawat, dan hotel dengan menggunakan pegi-peg.	Pegi – pegi memiliki keunggulan memberikan poin saat setelah melakukan check out yang dapat disimpan dan diakumulasikan untuk promo – promo yang tersedia.
4	<i>Findable</i>	Pegi-peg memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang d indonesia	Navigasi atau tombol – tombol yang ada pada pegi – pegi jelas dan mudah dipahami
5	<i>Accessible</i>	Pegi-peg menawarkan berbagai metode pembayaran dengan ATM, bank transfer dan kartu kredit	Pegi – pegi dapat diakses dengan mudah melalui computer maupun smartphone.
6	<i>Credible</i>	Pegi-peg dilengkapi sertifikat layanan terverifikasi untuk melindungi transaksi pengguna.	
7	<i>Valuable</i>	Pengguna dapat menggunakan PepePoin <i>Reward</i> pada pegi-peg untuk mendapatkan diskon dalam pemesanan selanjutnya.	

Tabel 4.22 Deskripsi saran *Expert 3* Pegi-peg

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Pegi-peg merupakan <i>online travel agent</i> yang memberikan pelayanan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.	Pegi – pegi memberikan kemudahan pengguna dalam melakukan pembelian tiket perjalanan sesuai dengan kebutuhan.
2	<i>Usable</i>	Pegi-peg menyediakan layanan livechat dan FAQ sehingga memudahkan pengguna untuk bertanya atau memberikan masukan.	Pegi – pegi memberikan kemudahan untuk cara pemesanan, pemebelian dan dimudahkan dalam proses pembayaran melalui m-banking, transfer dan lain – lain.
3	<i>Desirable</i>	Pegi-peg memberikan poin yang didapat setelah melakukan pemesanan tiket kereta api, tiket pesawat, dan hotel dengan menggunakan pegi-peg.	
4	<i>Findable</i>	Pegi-peg memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang d indonesia	Fitur yang terdapat pada pegi – pegi mudah dipahami dan jelas untuk pengguna.
5	<i>Accessible</i>	Pegi-peg menawarkan berbagai metode pembayaran dengan ATM, bank transfer dan kartu kredit	Pegi – pegi dapat diakses dengan melalui platform android maupun iOS
6	<i>Credible</i>	Pegi-peg dilengkapi sertifikat layanan terverifikasi untuk melindungi transaksi pengguna.	
7	<i>Valuable</i>	Pengguna dapat menggunakan PepePoin <i>Reward</i> pada pegi-peg untuk mendapatkan diskon dalam pemesanan selanjutnya.	

Tabel 4.23 Deskripsi saran *Expert 4* Pegi-peg

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Pegi-peg merupakan <i>online travel agent</i> yang memberikan pelayanan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.	Pegi – pegi menyediakan fitur travel tips meliputi tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan dan lain lain
2	<i>Usable</i>	Pegi-peg menyediakan layanan livechat dan FAQ sehingga memudahkan pengguna untuk bertanya atau memberikan masukan.	Pegi – pegi memudahkan pengguna untuk bertanya dan memberikan masukan dengan menggunakan fitur layanan live chat dan FAQ
3	<i>Desirable</i>	Pegi-peg memberikan poin yang didapat setelah melakukan pemesanan tiket kereta api, tiket pesawat, dan hotel dengan menggunakan pegi-peg.	
4	<i>Findable</i>	Pegi-peg memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di indonesia	Pegi – pegi menyediakan fitur pencarian tiket populer, hotel populer sehingga memudahkan pengguna untuk mencari informasi tentang wisata di Indonesia
5	<i>Accessible</i>	Pegi-peg menawarkan berbagai metode pembayaran dengan ATM, bank transfer dan kartu kredit	Pegi – pegi menyediakan mobile apps berbasis android dan iOS
6	<i>Credible</i>	Pegi-peg dilengkapi sertifikat layanan terverifikasi untuk melindungi transaksi pengguna.	
7	<i>Valuable</i>	Pengguna dapat menggunakan PepePoin <i>Reward</i> pada pegi-peg untuk mendapatkan diskon dalam pemesanan selanjutnya.	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket hotel

Tabel 4.24 Saran perbaikan Expert 5 Pegi-peg

No.	Variable	Deskripsi	Saran Perbaikan
1	<i>Useful</i>	Pegi-peg merupakan <i>online travel agent</i> yang memberikan pelayanan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api.	Pegi - pegi memberikan kemudahan pengguna untuk pemesanan dan pembelian tiket kereta, pesawat, hotel dan lainnya.
2	<i>Usable</i>	Pegi-peg menyediakan layanan livechat dan FAQ sehingga memudahkan pengguna untuk bertanya atau memberikan masukan.	Pegi – pegi memiliki tata cara pemesanan yang memudahkan pengguna dalam proses melakukan pembayaran.
3	<i>Desirable</i>	Pegi-peg memberikan poin yang didapat setelah melakukan pemesanan tiket kereta api, tiket pesawat, dan hotel dengan menggunakan pegi-peg.	Pegi – pegi memberikan promo penambahan poin yang kemudian di akumulasikan setelah checkout
4	<i>Findable</i>	Pegi-peg memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang d indonesia	Fitur yang terdapat pada pegi – pegi mudah dipahami oleh pengguna tanpa harus menggunakan live chat. Tersedianya FAQ yang tertera pada <i>website</i> atau aplikasi pegi – pegi tersebut.
5	<i>Accessible</i>	Pegi-peg menawarkan berbagai metode pembayaran dengan ATM, bank transfer dan kartu kredit	Pegi – pegi dapat diakses pengguna pada platform OS android dan iOS
6	<i>Credible</i>	Pegi-peg dilengkapi sertifikat layanan terverifikasi untuk melindungi transaksi pengguna.	Pegi – pegi mempunyai layanan yang terverifikasi untuk melindungi transaksi yang dilakukan pengguna.
7	<i>Valuable</i>	Pengguna dapat menggunakan PepePoin <i>Reward</i> pada pegi-peg untuk mendapatkan diskon dalam pemesanan selanjutnya.	Pengguna pegi – pegi pepepoin untuk mendapatkan diskon ketika pada pembelian selanjutnya, yang secara langsung dapat diakumulasikan ketika checkout

4.3.3 Hasil Penilaian Ranking

Value proposed diberikan kepada *expert* untuk dinilai dengan memberikan mengurutkan ranking dari 1 sampai 7. Rincian yang digunakan untuk ranking 1 merupakan nilai tertinggi dan ranking 7 merupakan ranking yang nilainya paling rendah. Berikut hasil penilaian ranking dari lima *expert* :

Tabel 4.25 Hasil Penilaian Taveloka *Expert 1*

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Traveloka dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret, Alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	2
2.	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online	3
3.	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan berbagai pilihan <i>event, activities, destinations</i> yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun internasional	5
4.	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan	6
5.	<i>Accessible</i>	Traveloka dapat diakses melalui <i>website</i> maupun smartphone pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman	1
7.	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan berbagai macam promo dan diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu	7

Tabel 4.26 Hasil Penilaian Tiket.com *Expert 1*

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, pesawat, dan kereta api melainkan memberika fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun	3
2.	<i>Usable</i>	Ticket.com memberikan kemudahan dalam memulai kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai	1
3.	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat	4
4.	<i>Findable</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produknya	7

Tabel 4.27 Hasil Penilaian Tiket.com *Expert 1* (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
5.	<i>Accessible</i>	Tiket.com dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	5
6.	<i>Credible</i>	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan <i>travel protection</i> yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user</i> , <i>mastercard</i> , dan <i>geotrust</i>	2
7.	<i>Valuable</i>	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin	6

Tabel 4.28 Penilaian Pegi – pegi *Expert 1*

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur <i>travel tips</i> seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll	2
2.	<i>Usable</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Pegi - pegi dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret dan Alfamart	3
3.	<i>Desirable</i>	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan bisnis	7
4.	<i>Findable</i>	Pegi-peggi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di Indonesia	5
5.	<i>Accessible</i>	Pegi - pegi dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna	1
7.	<i>Valuable</i>	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket selanjutnya	6

Tabel 4.29 Hasil Penilaian Taveloka *Expert 2*

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Traveloka dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret, Alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	4
2.	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online	3
3.	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan berbagai pilihan <i>event, activities, destinations</i> yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun internasional	5
4.	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan	6
5.	<i>Accessible</i>	Traveloka dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	2
6.	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman	1
7.	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan berbagai macam promo dan diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu	7

Tabel 4.30 Hasil Penilaian Tiket.com *Expert 2*

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, pesawat, dan kereta api melainkan memberika fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun	3
2.	<i>Usable</i>	Ticket.com memberikan kemudahan dalam memulai kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai	2
3.	<i>Desirable</i>	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat	4
4.	<i>Findable</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produknya	5
5.	<i>Accessible</i>	Tiket.com dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	6

Tabel 4.31 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 2 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
6.	<i>Credible</i>	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan <i>travel protection</i> yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user</i> , <i>mastercard</i> , dan <i>geotrust</i>	1
7.	<i>Valuable</i>	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin	7

Tabel 4.32 Penilaian Pegi – pegi Expert 2

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur <i>travel tips</i> seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll	3
2.	<i>Usable</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Pegi - pegi dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret dan Alfamart	2
3.	<i>Desirable</i>	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan bisnis	4
4.	<i>Findable</i>	Pegi-peggi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di Indonesia	5
5.	<i>Accessible</i>	Pegi - pegi dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	7
6.	<i>Credible</i>	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna	1
7.	<i>Valuable</i>	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket selanjutnya	6

Tabel 4.33 Hasil Penilaian Taveloka Expert 3

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Traveloka dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret, Alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	2

Tabel 4.34 Hasil Penilaian Taveloka Expert 3 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
2.	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online	3
3.	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan berbagai pilihan <i>event, activities, destinations</i> yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun internasional	5
4.	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan	6
5.	<i>Accessible</i>	Traveloka dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman	1
7.	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan berbagai macam promo <i>dank upon</i> diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu	7

Tabel 4.35 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 3

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, pesawat, dan kereta api melainkan memberika fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun	3
2.	<i>Usable</i>	Ticket.com memberikan kemudahan dalam memulai kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai	1
3.	<i>Desirable</i>	fitur <i>Smart RoundTrip Feature</i> pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat	4
4.	<i>Findable</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produknya	7
5.	<i>Accessible</i>	Tiket.com dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	5

Tabel 4.36 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 3 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
6.	<i>Credible</i>	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan <i>travel protection</i> yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user</i> , <i>mastercard</i> , dan <i>geotrust</i>	2
7.	<i>Valuable</i>	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin	6

Tabel 4.37 Penilaian Pegi – pegi Expert 3

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur <i>travel tips</i> seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll	2
2.	<i>Usable</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Pegi - pegi dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret dan Alfamart	3
3.	<i>Desirable</i>	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan bisnis	7
4.	<i>Findable</i>	Pegi-peggi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di Indonesia	5
5.	<i>Accessible</i>	Pegi - pegi dapat diakses melalui <i>website</i> maupun smartphone pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna	1
7.	<i>Valuable</i>	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket selanjutnya	6

Tabel 4.38 Hasil Penilaian Taveloka Expert 4

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Traveloka dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret, Alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	7

Tabel 4.39 Hasil Penilaian Taveloka Expert 4 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
2.	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online	2
3.	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan berbagai pilihan <i>event, activities, destinations</i> yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun internasional	3
4.	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan	5
5.	<i>Accessible</i>	Traveloka dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	6
6.	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman	4
7.	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan berbagai macam promo <i>dank upon</i> diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu	1

Tabel 4.40 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 4

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, pesawat, dan kereta api melainkan memberika fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun	3
2.	<i>Usable</i>	Ticket.com memberikan kemudahan dalam memulai kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai	2
3.	<i>Desirable</i>	fitur <i>Smart RoundTrip Feature</i> pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat	4
4.	<i>Findable</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produknya	5
5.	<i>Accessible</i>	Tiket.com dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	6

Tabel 4.41 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 4 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
6.	<i>Credible</i>	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan <i>travel protection</i> yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user</i> , <i>mastercard</i> , dan <i>geotrust</i>	1
7.	<i>Valuable</i>	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin	7

Tabel 4.42 Penilaian Pegi – pegi Expert 4

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur <i>travel tips</i> seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll	2
2.	<i>Usable</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Pegi - pegi dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret dan Alfamart	3
3.	<i>Desirable</i>	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan bisnis	7
4.	<i>Findable</i>	Pegi-peggi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di Indonesia	5
5.	<i>Accessible</i>	Pegi - pegi dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna	1
7.	<i>Valuable</i>	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket selanjutnya	6

Tabel 4.43 Hasil Penilaian Taveloka Expert 5

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Traveloka dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret, Alfamart dan <i>TravelokaPay</i>	2

Tabel 4.44 Hasil Penilaian Taveloka Expert 5 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
2.	<i>Usable</i>	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online	3
3.	<i>Desirable</i>	Traveloka menyediakan berbagai pilihan <i>event, activities, destinations</i> yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun internasional	5
4.	<i>Findable</i>	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan	6
5.	<i>Accessible</i>	Traveloka dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman	1
7.	<i>Valuable</i>	Traveloka menyediakan berbagai macam promo <i>dank upon</i> diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu	7

Tabel 4.45 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 5

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, pesawat, dan kereta api melainkan memberika fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun	3
2.	<i>Usable</i>	Ticket.com memberikan kemudahan dalam memulai kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai	1
3.	<i>Desirable</i>	fitur <i>Smart RoundTrip Feature</i> pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat	4
4.	<i>Findable</i>	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produknya	7
5.	<i>Accessible</i>	Tiket.com dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada <i>android</i> dan <i>iOs</i> sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	5

Tabel 4.46 Hasil Penilaian Tiket.com Expert 5 (Lanjutan)

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
6.	<i>Credible</i>	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan <i>travel protection</i> yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user</i> , <i>mastercard</i> , dan <i>geotrust</i>	2
7.	<i>Valuable</i>	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin	6

Tabel 4.47 Penilaian Pegi – pegi Expert 5

No	Aspek Honeycomb	Deskripsi	Rangking
1.	<i>Useful</i>	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur <i>travel tips</i> seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll	2
2.	<i>Usable</i>	Pembayaran untuk bertransaksi di Pegi - pegi dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret dan Alfamart	3
3.	<i>Desirable</i>	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan bisnis	7
4.	<i>Findable</i>	Pegi-peggi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di Indonesia	5
5.	<i>Accessible</i>	Pegi - pegi dapat diakses melalui <i>website</i> maupun <i>smartphone</i> pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi	4
6.	<i>Credible</i>	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna	1
7.	<i>Valuable</i>	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket selanjutnya	6

4.4 Hasil Penilaian Ranking *Expert* dan Peneliti

Hasil penilaian rangking pada tabel diperoleh dari penilaian *expert* dan peneliti kemudian digabungkan untuk menentukan rangking.

Tabel 4.48 Hasil penilaian rangking *Expert* dan Peneliti Traveloka

No	Value	Peneliti	Penilaian <i>Expert</i> 1	Penilaian <i>Expert</i> 2	Penilaian <i>Expert</i> 3	Penilaian <i>Expert</i> 4	Penilaian <i>Expert</i> 5	Modus	Mean	Ranking
1	<i>Useful</i>	7	7	3	3	3	5	3	4.7	3
2	<i>Usable</i>	6	5	6	2	6	4	6	4.8	6
3	<i>Desirable</i>	3	2	7	7	1	3	7	3.8	7
4	<i>Findable</i>	2	6	2	1	3	1	2	2.5	2
5	<i>Accessible</i>	1	1	5	6	2	6	1	3.5	1
6	<i>Credible</i>	4	4	1	4	4	2	4	3.7	4
7	<i>Valuable</i>	5	3	4	5	6	7	5	5	5

Tabel 4.49 Hasil penilaian rangking *Expert* dan Peneliti Tiket.com

No	Value	Peneliti	Penilaian <i>Expert</i> 1	Penilaian <i>Expert</i> 2	Penilaian <i>Expert</i> 3	Penilaian <i>Expert</i> 4	Penilaian <i>Expert</i> 5	Modus	Mean	Ranking
1	<i>Useful</i>	3	2	2	2	1	3	2	2.7	2
2	<i>Usable</i>	6	4	1	4	4	4	4	3.5	4
3	<i>Desirable</i>	2	3	3	3	3	6	3	2.8	3
4	<i>Findable</i>	7	7	6	7	5	3	7	6.3	7
5	<i>Accessible</i>	5	6	5	6	2	2	6	4.3	6
6	<i>Credible</i>	1	1	7	1	7	1	1	4.7	1
7	<i>Valuable</i>	4	5	4	5	6	7	5	3.5	5

Tabel 4.50 Hasil penilaian rangking *Expert* dan Peneliti Pegi pegi

No	Value	Peneliti	Penilaian <i>Expert</i> 1	Penilaian <i>Expert</i> 2	Penilaian <i>Expert</i> 3	Penilaian <i>Expert</i> 4	Penilaian <i>Expert</i> 5	Modus	Mean	Ranking
1	<i>Useful</i>	2	5	1	1	3	1	1	2.2	1
2	<i>Usable</i>	1	6	2	4	4	2	2	3.6	2
3	<i>Desirable</i>	5	4	4	5	6	4	4	4.6	4
4	<i>Findable</i>	3	1	5	3	3	5	3	3.4	3
5	<i>Accessible</i>	6	2	6	2	2	7	6	3.8	6
6	<i>Credible</i>	7	7	7	6	6	6	6&7	6.4	7
7	<i>Valuable</i>	4	3	3	7	1	3	3	3.4	5

4.5 Instrumen Kuesioner

Hasil dari validasi *expert* dibuat instrumen kuesioner yang nantinya akan disebar kepada responden. instrumen kuesioner berisikan aspek –aspek *value* dari tiga *e-ticketing* yang akan dinilai. Penialain kuesioner ini menggunakan skala ordinal dengan mengurutkan aspek dari nilai 1 hingga 7.

Tabel 4.51 Instrumen Kuisiomer aplikasi Traveloka

No.	Aspek yang Dinilai
1.	Pembayaran untuk bertransaksi di Traveloka dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret, Alfamart dan <i>TravelokaPay</i>
2.	Traveloka memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat, hotel, dan kereta api secara online
3.	Traveloka menyediakan berbagai pilihan <i>event, activities, destinations</i> yang diinginkan oleh pelanggan baik di Indonesia maupun internasional
4.	Traveloka menyediakan <i>retrieve booking</i> untuk memudahkan pengguna dalam mencari detail pemesanan
5.	Traveloka dapat diakses melalui <i>website</i> maupun smartphone pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi
6.	Traveloka memberikan asuransi kepada pelanggan sebagai jaminan untuk keterlambatan pembatalan perjalanan, kehilangan barang, kecelakaan sehingga pelanggan merasa percaya dan aman
7.	Traveloka menyediakan berbagai macam promo dank upon diskon penerbangan dan penginapan pada hari tertentu

Tabel 4.52 Instrumen Kuisiomer aplikasi Tiket.com

No.	Aspek yang Dinilai
1.	Tiket.com tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, pesawat, dan kereta api melainkan memberika fitur sewa mobil yang memudahkan pengguna dalam melakukan sewa mobil dimanapun dan kapanpun
2.	Ticket.com memberikan kemudahan dalam memulai kebutuhan transit, waktu berangkat, waktu tiba, fasilitas (bagasi dan makanan) dan pemilihan maskapai
3.	fitur Smart RoundTrip Feature pada Tiket.com pengguna dapat memesan penerbangan pergi-pulang menjadi lebih hemat
4.	Promosi pada Tiket.com sudah otomatis dikelompokkan sesuai dengan produknya
5.	Tiket.com dapat diakses melalui <i>website</i> maupun smartphone pada android dan iOS sehingga memudahkan pengguna bertransaksi
6.	Tiket.com menyediakan fasilitas pelayanan <i>travel protection</i> yaitu perlindungan kecelakaan diri dengan memberikan kompensasi untuk penerbangan internasional dan domestic, kompensasi keterlambatan penerbangan dan keamanan transaksi menggunakan <i>verified by user, mastercard, dan geotrust</i>
7.	Tiket.com memberikan potongan harga dan promo dengan menggunakan TIX poin

Tabel 4.53 Instrumen Kuisioner aplikasi Pegi pegi

No.	Aspek yang Dinilai
1.	Pegi - pegi tidak hanya menyediakan fitur untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan kereta api tetapi juga menyediakan fitur <i>travel tips</i> seperti tips kuliner pada destinasi tertentu, tips menikmati liburan, dll
2.	Pembayaran untuk bertransaksi di Pegi - pegi dapat menggunakan ATM, bank transfer, Kartu Kredit, Indomaret dan Alfamart
3.	Pegi – pegi menyediakan berbagai pilihan kelas pada pemesanan kereta api yang diinginkan oleh pelanggan seperti kelas ekonomi, eksekutif dan bisnis
4.	Pegi-peggi memberikan rekomendasi kepada pengguna terhadap pencarian tiket populer pencarian hotel populer dan travel tips untuk mencari informasi tentang wisata yang di Indonesia
5.	Pegi - pegi dapat diakses melalui <i>website</i> maupun smartphone pada android dan iOs sehingga memudahkan pengguna bertransaksi
6.	Pegi - pegi memiliki sertifikat layanan yang sudah terverifikasi sebagai perlindungan keamanan transaksi pengguna
7.	Pegi – pegi menawarkan <i>reward</i> yang menarik dengan memberikan poin yang dapat ditukarkan setelah melakukan pemesanan tiket selanjutnya



BAB 5 PEMBAHASAN DAN ANALISIS PERBANDINGAN

Pada bab ini membahas tentang metode pengumpulan data serta pengolahan data yang akan menghasilkan hasil akhir berupa nilai ranking.

5.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dengan penyebaran kuesioner. Pada pengumpulan data peneliti menyebar kuesioner secara langsung kepada responden yang berada di daerah Malang. Peneliti memberikan kuesioner yang berisikan *value* perceived kepada responden untuk dinilai, setelah responden mengisi kuesioner yang telah diberikan selanjutnya peneliti mewawancarai responden dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk memvalidasi beberapa pernyataan didalam kuesioner serta pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi *e-ticketing*. Jumlah responden yang didapatkan sebanyak 39 responden telah mengisi kuesioner dan Total data yang telah terkumpul sebanyak 117 data, dari ketiga e-ticketing yang diteliti Traveloka mendapatkan sebanyak 39 data, Tiket.com 39 data, Pegi – Pegi 39 data.

5.2 Pengolahan data

Pada pengolahan data, data yang telah dikumpulkan dari responden dengan menggunakan modus dan mean untuk memudahkan peneliti mengurutkan *value*. Rangking yang diberikan oleh peneliti yaitu rangking 1 hingga 7. Rangking 1 merupakan rangking tertinggi dan rangking 7 merupakan rangking terendah.

5.2.1 Traveloka

Data yang berhasil didapatkan oleh peneliti pada e-ticketing Traveloka sebanyak 39 data. Data tersebut kemudian diolah untuk mendapatkan hasil akhir rangking. Pada tabel 5.1 rangking 1 adalah *Accessible*, rangking 2 adalah *Usable*, rangking 3 adalah *Useful*, rangking 4 adalah *Credible*, rangking 5 *Valuable*, rangking 6 *Findable* dan rangking 7 yaitu *Desirable*.

Tabel 5.1 Hasil Data Kuesioner Traveloka

No	Value	Modus	Mean	Rangking
1	<i>Useful</i>	3	2.8	3
2	<i>Usable</i>	3	2.6	2
3	<i>Desirable</i>	6	5.6	7
4	<i>Findable</i>	5	5.4	6
5	<i>Accessible</i>	2	2.4	1
6	<i>Credible</i>	6	4.3	4
7	<i>Valuable</i>	7	4.8	5

Pada tabel 5.1 terdapat hasil data dari kuesioner yang ranking pertama dimiliki oleh aspek *Accessible* yang berarti pada aspek ini responden merasakan nilai yang telah diberikan. Pada aspek *Desirable* memiliki nilai terendah yaitu 7, hal tersebut berarti nilai dari aspek *Desirable* belum tersampaikan dan dirasakan oleh pengguna.

5.2.2 Tiket.com

Data yang telah dikumpulkan untuk aplikasi Tiket.com sebanyak 39 data. Dari data yang telah diolah mendapatkan hasil seperti pada tabel 5.2. Pada aplikasi aplikasi Tiket.com *value* yang mendapat rangking tertinggi yaitu rangking 1 adalah *Credible*, rangking 2 adalah *Accessible*, rangking 3 adalah *Useful*, Rangking 4 adalah *Usable*, rangking 5 adalah *Valuable*, rangking 6 adalah *Desirable* dan rangking 7 adalah *Findable*. Pada tabel 5.2 hasil data kuesioner responden ini memiliki aspek *Credible* merupakan aspek tertinggi. Hal tersebut nilai dari aspek *Credible* pada Tiket.com tersampaikan dan dapat dirasakan pada pengguna ketika sedang mengakses aplikasi Tiket.com tersebut. Untuk nilai terendah dimiliki oleh aspek *Findable* yaitu 7. Hal tersebut berarti pengguna belum merasakan aspek *Findable* ketika mengakses Tiket.com.

Tabel 5.2 Hasil Data Kuesioner Tiket.com

No	Value	Modus	Mean	Rangking
1	<i>Useful</i>	2	3.3	3
2	<i>Usable</i>	3	3.6	4
3	<i>Desirable</i>	5	4.9	6
4	<i>Findable</i>	7	5.2	7
5	<i>Accessible</i>	2	3.2	2
6	<i>Credible</i>	1	3	1
7	<i>Valuable</i>	7	4.8	5

5.2.3 Pegi – Pegi

Data yang didapatkan dari aplikasi Pegi – Pegi 39 data. Dari data yang telah terkumpul diolah untuk mendapatkan rangking. Pada tabel 5.3 *value* yang memiliki rangking tertinggi yaitu rangking 1 adalah *Credible*, rangking 2 adalah *Accessible*, rangking 3 adalah *Usable*, rangking 4 adalah *Useful*, rangking 5 *Desirable*, rangking 6 adalah *Findable*, dan rangking 7 adalah *Valuable*.

Tabel 5.3 Hasil Data Kuesioner Pegi - pegi

No	Value	Modus	Mean	Rangking
1	<i>Useful</i>	3	3.6	4
2	<i>Usable</i>	3	3.1	3
3	<i>Desirable</i>	4	4.6	5
4	<i>Findable</i>	6	5.2	6
5	<i>Accessible</i>	2	3	2
6	<i>Credible</i>	1	2.8	1
7	<i>Valuable</i>	7	5.5	7

Pada tabel 5.2 hasil data kuesioner responden ini memiliki aspek Credible merupakan aspek tertinggi. Hal tersebut nilai dari aspek Credible pada Tiket.com tersampaikan dan dapat dirasakan pada pengguna ketika sedang mengakses aplikasi Tiket.com tersebut. Untuk nilai terendah dimiliki oleh aspek Findable yaitu 7. Hal tersebut berarti pengguna belum merasakan aspek Findable ketika mengakses Tiket.com.

5.3 Hasil Perbandingan Ranking *proposed Value* dan *Perceived Value*

Hasil perbandingan ranking *proposed value* dan *perceived value* didapatkan dari hasil pengolahan data yang didapat dari responden. Hasilnya akan dibandingkan dengan hasil dari *expert* dan responden.

5.3.1 Perbandingan Ranking *Proposed Value* dan *Perceived Value* Traveloka

Hasil pengolahan data menghasilkan nilai akhir berupa ranking. Berikut adalah perbandingan ranking antara *proposed value* dan *perceived value*. Pada tabel 5.4 terdapat empat *value* yaitu *Useable*, *Desirable*, *Accessible*, *Credible* dan *Valuable* memiliki ranking yang sama dari sisi *proposed value* maupun *perceived value*. Dengan mempunyai empat perbandingan *value* yang sama berarti nilai yang diberikan perusahaan tersampaikan pada pengguna.

Tabel 5.4 Tabel Perbandingan Ranking *Proposed Value* dan *Perceived Value* Traveloka

No	Value	Rank Proposed Value	Rank Perceived Value
1	Useful	3	3
2	Usable	6	2
3	Desirable	7	7
4	Findable	2	6
5	Accessible	1	1
6	Credible	4	4
7	Valuable	5	5

Hasil dari tabel 5.4 terdapat perbandingan cukup jauh pada *value Usable* *rank proposed value* mendapatkan nilai 6 dan *rank perceived value* mendapatkan nilai 2. Hal tersebut berarti pada aspek nilai *usable* pengguna merasa menggunakan traveloka dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan untuk *expert* cukup memenuhi kebutuhan pengguna. Untuk aspek *findable* pada *rank proposed value* mendapatkan nilai 2 dan *rank perceived value* mendapatkan nilai 6. Hal tersebut pengguna untuk pencarian ketika sedang mengakses traveloka kurang memberikan solusi apabila terjadi masalah dan untuk *expert* sudah cukup baik dirasakan oleh pengguna.

5.3.2 Perbandingan Ranking *Proposed Value* dan *Perceived Value* Tiket.com

Hasil pengolahan data menghasilkan nilai akhir berupa rangking. Berikut adalah perbandingan rangking antara *proposed value* dan *perceived value*. Pada tabel 5.5 terdapat 4 *value* yang memiliki nilai sama yaitu *Usable*, *Findable*, *Credible* dan *Valuable* dari *proposed value*, sedangkan dari *perceived value* *Useful* memiliki rangking yang tidak cukup jauh. Dengan mempunyai empat perbandingan *value* yang sama berarti nilai yang diberikan perusahaan tersampaikan pada pengguna.

Pada tabel 5.5. *Desirable* dan *Accessible* memiliki perbedaan rangking yang cukup jauh. Pada *value* *Desirable* nilai yang didapatkan dari *rank proposed value* adalah 3 dan *rank perceived value* adalah 6. Hal tersebut berarti pada aspek *desirable* menurut *expert* nilainya sudah dirasakan oleh pengguna, sedangkan pengguna merasa untuk *value desirable* masih kurang dapat dirasakan. Pada *value Accessible* nilai yang didapatkan adalah 6 dan *rank perceived* adalah 2. Hal tersebut aspek *Accessible* menurut *expert* masih kurang dirasakan oleh pengguna, sedangkan menurut pengguna *value Accessible* sudah tersampaikan dan sudah dapat dirasakan ketika sedang mengakses Tiket.com.

Tabel 5.5 Tabel Perbandingan Rangking *Proposed Value* dan *Perceived Value* Tiket.com

No	Value	Rank Proposed Value	Rank Perceived Value
1	Useful	2	3
2	Usable	4	4
3	Desirable	3	6
4	Findable	7	7
5	Accessible	6	2
6	Credible	1	1
7	Valuable	5	5

5.3.3 Perbandingan Ranking *Proposed Value* dan *Perceived Value* Pegi – Pegi

Hasil pengolahan data menghasilkan nilai akhir berupa rangking. Berikut merupakan perbandingan rangking antara *proposed value* dan *perceived value*. Pada tabel 5.6 terdapat 3 *value* yang sama yaitu aspek *Findable*, *Credible* dan *Valuable*, sedangkan *perceived value* terdapat 4 aspek yang berbeda yaitu *Useful*, *Usable*, *Desirable* dan *Accessible* yang kurang dirasakan oleh pengguna.

Tabel 5.6 Tabel Perbandingan Rangkings *Proposed Value* dan *Perceived Value* Pegi - pegi

No	Value	Rank Proposed Value	Rank Perceived Value
1	<i>Useful</i>	2	4
2	<i>Usable</i>	4	3
3	<i>Desirable</i>	3	5
4	<i>Findable</i>	6	6
5	<i>Accessible</i>	5	2
6	<i>Credible</i>	1	1
7	<i>Valuable</i>	7	7

Dari hasil tabel 5.6 dapat dilihat bahwa hasil perbandingan *proposed value* dan *perceived value* terdapat 3 aspek yang sama. Pada aspek *Credible* memiliki nilai yang sama sama 1. Hal tersebut berarti aspek *Credible* pada Pegi-peggi sudah tersampaikan dan dapat dirasakan oleh pengguna dan *expert*. Pada aspek *valuable* untuk *rank proposed value* dan *rank perceived value* memiliki nilai sama yaitu 7. Pada aspek *valuable* merupakan mendapatkan peringkat terendah diantara aspek lainnya. Hal tersebut berarti aspek *Valuable* pada Pegi-peggi belum tersampaikan dan dirasakan oleh pengguna dan *expert*.

BAB 6 PENUTUP

Pada bab 6 penutup dari penelitian ini berisikan kesimpulan dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

1. Ketiga aplikasi e-ticketing yang telah diteliti, yaitu Traveloka, Tiket.com, dan Pegi - pegi memiliki ketujuh *value* UX Honeycomb yaitu *Useful*, *Usable*, *Desirable*, *Findable*, *Accessible*, *Credible* dan *Valuable*.
2. Hasil *perceived value* pada aplikasi Traveloka, pada ranking 1 adalah *Accessible*, ranking 2 adalah *useable*, ranking 3 adalah *Useful*, ranking 4 adalah *Credible*, ranking 5 adalah *Valuable*, ranking 6 adalah *Findable*, dan ranking 7 adalah *Desirable*. Hasil *perceived value* pada aplikasi Tiket.com ranking 1 adalah *Credible*, ranking 2 adalah *Accessible*, ranking 3 adalah *Useful*, ranking 4 adalah *Usable*, ranking 5 adalah *Valuable*, ranking 6 adalah *Desirable*, dan ranking 7 adalah *Findable*. Hasil *perceived value* pada aplikasi Pegi - pegi ranking 1 adalah *Credible*, ranking 2 adalah *Accessible*, ranking 3 adalah *useable*, ranking 4 adalah *Useful*, ranking 5 adalah *desireable*, ranking 6 adalah *Findable*, dan ranking 7 adalah *Valuable*.
3. Hasil perbandingan nilai ranking antara *proposed value* dan *percivied value* pada Traveloka adalah *value useable*, *Desirable*, *Accessible*, *Credible* dan *Valuable* memiliki nilai ranking yang sama. Sedangkan yang memiliki perbedaan *value* pada *Useful* dan *Findable* perbandingan rangking yang jauh. *Value* yang di berikan Traveloka tersampaikan pada pengguna. Hasil perbandingan nilai ranking antara *proposed value* dan *percivied value* pada Tiket.com memiliki kesamaan rangking terdapat pada *value useable*, *Findable*, *Credible*, dan *Valuable*. Perbandingan rangking yang jauh terdapat pada *value Desirable* dan *Accessible*. Sedangkan pada *value desireable* dan *Accessible* hanya memiliki perbedaan nilai ranking yang tidak terpaut jauh. *Value* yang diberikan Tiket.com belum dirasakan oleh pengguna. Hasil perbandingan nilai ranking antara *proposed value* dan *percivied value* pada Pegi - pegi adalah *Findable*, *Desirable* dan *Valuable* memiliki kesamaan dari *proposed value* dan *percivied value*. Hasil perbandingan dari aspek UX Honeycomb pertama di miliki oleh Traveloka, kedua oleh Tiket.com dan ketiga oleh Pegi-peggi.

6.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diberikan pada peneliti selanjutnya adalah :

1. Peneliti hanya menggunakan aplikasi Traveloka, Tiket.com, dan pegi-peggi sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan aplikasi e-ticketing yang lebih banyak penggunaanya atau peminatnya seiring dengan berkembangnya teknologi.

2. Penelitian selanjutnya dapat menambah *expert* untuk memperluas validasi dan melakukan diskusi dengan banyak sudut pandang yang lebih baik.
3. Penelitian selanjutnya dapat melakukan validasi *proposed value* pada perusahaan yang digunakan untuk melakukan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, K., 2016. *User Value and Usability in Technical Communication: A Value Proposition Design Model*. [3 November 2018].
- Budiaji, W., 2013. Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Linkert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan, [e-journal]* 2(2). Tersedia di <http://umbidharma.org/jipp> [diakses 23 Februari 2018].
- Demirgunes, K., 2015. *Relative Importance of Perceived Value, Satisfaction and Perceived Risk on Willingness to Pay More. International Review of Management and Marketing*. [e-journal] Tersedia di <www.econjournals.com> [diakses pada 20 Agustus 2018].
- Dix, A. ,Finlay, J ., G.D, A.,& Beale,R., 2004. *Human-Computer Interaction, third edition*. [September 2018]. England..
- Garret, J., J., 2011. *The Element of User Experience : User Center Design For Web and Beyond, Second Edition*. Amerika.
- Gube, J., 2010. What Is User Experience Design? Overview, Tools And Resources. [Online] Tersedia di : <<https://www.smashingmagazine.com/2010/10/whatis-userexperiencedesign-overview-tools-and-resources/#what-is-userexperience>> [Diakses 18 Januari 2018]
- Hassan, A., 2012. *The Value Proposition Concept in Marketing: How Customers Perceive the Value Delivered by Firms – A Study of Customer Perspectives on Supermarkets in Southampton in the United Kingdom*.
- Hassenzahl, M. et. al., 2008. *Hedonic, emotional, and experiential perspectives on product quality*. In: Ghaoui, C. (Ed.), *Encyclopedia of Human–Computer Interaction*. Idea Group.
- ISO DIS 9241-210:2010. *Ergonomics of Human System Interaction-part 210: Humancentred design for interactive system International Standarization Organization.Switzerland*.
- Jogiyanto., 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta : Cv andi offset.
- Kotler, P., Kevin, K., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Law, E., Virpi, R., Marc, H., Arnold, P., Joke, K. 2009. Understanding, Scoping and Defining User eXperience: A Survey Approach. *Proceedings of the 27th International Conference on Human [Online]* Tersedia di: <<https://www.researchgate.net>> [Diakses 21 Januari 2019]
- Marcus, A., 2014. *Design, User Experience, and Usability: Theories, Methods, and Tools for Designing the User Experience LNCS 8517*. [e-book] Springer. Tersedia di: Google Books < <http://booksgoogle.com> > [Diakses 23 Januari 2018].

Mayer & Booker, 2017. Expert Judgement: The use of Expert Judgement in Humanitarian Analysis. Geneva, Assessment Capacities Project - ACAPS.

Morville, P., 2004. *User Experience Design*. [Online] Tersedia di: <http://semanticstudios.com/user_experience_design/> [Diakses 17 September 2018]

Mutiasanti, S., Ananta, T, M., & Zahra, M, H., 2017. Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile E-commerce di Indonesia dengan Menggunakan UX honeycomb. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, [e-journal] 2(10). Tersedia di: <<http://jptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik>> [Diakses 21 September 2018]

Ntawanga, F., Andre, C., Lynette, B. 2011. The comparison of an e-commerce website implementation using service and Object Oriented architectures. 6th International Conference on Pervasive Computing and Applications, [Online] Tersedia di:<http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6106530> [Diakses 21 Januari 2018].

Osterwalder, A., & Pigneur, Y., 2010. Business Model Generation. [e-book] Tersedia di:<<https://books.google.co.id/>> [Diakses 08 Februari 2018].

Schrepp, M., Hinderks, A. & Thomaschewski, J., Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios. Dalam Marcus, Aaron. 2014. Design, User Experience, and Usability: Theories, Methods, and Tools for Designing the User Experience. Springer. pp. 384. [e-book] Tersedia di: Google Books <<http://booksgoogle.com>> [diakses 20 October 2018].

Sugiarto, dkk. 2001. Teknik Sampling. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2007, Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Keduabelas, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono., 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Smiliarweb. 2018. [Online] Website traffic statistic & Market intelligent [Diakses 15 Januari 2018].

Sukma, Resyya. 2018. Evaluasi perbandingan ranking antara Proposed Value dan Perceived Value terhadap e-commerce berdasarkan model UX Honeycomb.

Tiket.com. 2018. [Online] Tersedia di: <<https://www.tiket.com>> [Diakses 01 Februari 2018].

Traveloka. 2018. [Online] Tersedia di: <<https://www.traveloka.com>> [Diakses 01 Februari 2018].

Pegipegi. 2018. [Online] Tersedia di: <<https://www.pegipegi.com>> [Diakses 01 Februari 2018].