

Analisis *User Experience* Aplikasi Traveloka dan Tiket.com Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*

¹*Risa Nur Islami, ²Shofa Shofia Hilabi, ³Agustia Hananto

^{1,2,3}Universitas Buana Perjuangan Karawang
Karawang, Indonesia

¹si19.risaislami@mhs.ubpkarawang.ac.id , ²shofa.hilabi@ubpkarawang.ac.id

³agustia.hananto@ubpkarawang.ac.id

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 6/01/2022

Diterima : 15/01/2023

Dipublikasi : 16/01/2023

ABSTRAK

Traveloka dan Tiket.com merupakan aplikasi *Online Travel Agent* (OTA) yang menyediakan layanan akomodasi dan tiket secara *daring*. Keduanya memiliki kesamaan yaitu dari banyaknya fitur dan jasa agent yang disediakan dalam aplikasi keduanya. Namun di sisi lain kepuasan pada *user experience* (UX) tidak dapat di ukur dari banyaknya fitur dan jasa agent yang tersedia pada aplikasi tersebut. Untuk itu tujuan penelitian ini ialah agar mendapatkan tolok ukur dari segi kebergunaan pada kedua aplikasi OTA tersebut dan untuk mengukur dan menilai kepuasan pengguna berdasarkan enam aspek UEQ saat menggunakan aplikasi Traveloka dan Tiket.com. Pengumpulan data dilakukan sebagaimana dibuat dalam google formulir yang dibagikan kepada responden yang menggunakan aplikasi Traveloka dan Tiket.com, rentan usia 17 sampai dengan 30 tahun dan di dapat 180 responden. Hasil dari kuesioner UEQ menunjukkan bahwa responden merasa cukup puas dengan kedua aplikasi tersebut, karena hasil rata-rata nilai yang diperoleh dari enam aspek UEQ berada dalam kategori normal yaitu pada aplikasi Traveloka mendapatkan nilai daya tarik 1.52, kejelasan 1.52, efisiensi 1.58, ketepatan 1.28, stimulasi 1.48, dan kebaruan 1.13. Sedangkan nilai rata-rata yang di dapat aplikasi Tiket.com yaitu daya tarik 1.42, kejelasan 1.38, efisiensi 1.45, ketepatan 1.24, stimulasi 1.26, dan kebaruan 0,95. Dari hasil nilai tersebut aplikasi Traveloka lebih unggul dengan terdapat satu skala yang meperoleh kategori *Good* dengan nilai 1.58 yaitu pada skala efisiensi.

Kata Kunci: *Benchmark; Online Travel Agent; Tiket.com; Traveloka; User Experience; User Experience Questionnaire*

I. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini, teknologi berkembang begitu cepat sehingga kebanyakan orang di Indonesia percaya teknologi telah mempermudah manusia untuk mendapatkan senuah informasi dengan cepat (Sandi 2022) Internet merupakan contoh berkembangnya teknologi yang paling pervasif (Noor and Hadisaputro 2022). Tidak dapat dipungkiri bahwa internet berkembang pesat di sektor pariwisata dan perjalanan sehingga memberi dampak tentang bagaimana bisnis terhubung dengan konsumen secara efektif. Sehingga banyak bermunculan *Online Travel Agent* (OTA) yang menyediakan layanan akomodasi dan tiket secara *daring*, membuat konsumen saat ini untuk melakukan perencanaan dan pemesanan kamar hotel atau tiket akomodasi dengan

mudah, cepat, dan praktis menggunakan OTA contohnya seperti aplikasi Traveloka dan Tiket.com (Putri, Wijoyo, and Mursityo 2019).

Traveloka adalah biro perjalanan terkemuka yang ada di Asia Tenggara. Dapat memenuhi keperluan pariwisata dan navigasi pada satu aplikasi sehingga dapat menciptakan momen bersama. Traveloka menawarkan layanan seperti tiket pesawat dan kereta api, hotel, paket penerbangan dan hotel, rekreasi, produk transit, perpindahan bus dan bandara atau sebaliknya, digunakan untuk menunjang pembangunan dan kemajuan, dan merupakan sarana untuk memperoleh informasi tentang pesanan angkutan secara cepat, akurat, efisien dan efektif (Studi et al. n.d.). Sama halnya dengan Traveloka, Tiket.com juga merupakan salah satu OTA penyedia layanan pariwisata di Indonesia. Berdasarkan data survei oleh Rakuten Insight (2021), sejak didirikan pada tahun 2011, Tiket.com sudah menjadi OTA terbesar dan terpopuler kedua di Indonesia per November 2020 (Shobrina and Purwaningsih n.d.).

Keduanya sama-sama aplikasi OTA dengan fitur layanan yang lengkap serta harga yang murah dan berkualitas (Kresnanto, Hanggara, and Prakoso 2020). Di semua *platform* media sosial, nama-nama yang muncul kerap mengiklankan aplikasi Traveloka dan Tiket.com, sehingga dapat dengan cepat memikat perhatian konsumen dan penggunaannya. Traveloka dan Tiket.com memiliki kesamaan yaitu dari banyaknya fitur dan jasa agent yang disediakan dalam aplikasi keduanya, seperti adanya pemesanan tiket akomodasi, rental kendaraan, sistem *paylater*, booking penginapan seperti hotel, villa, dan apartemen.

Namun di sisi lain kepuasan pada *user experience* (UX) tidak dapat diukur dari banyaknya fitur dan jasa agent yang tersedia pada aplikasi tersebut. Aspek UX sangatlah perlu untuk diingat, bahkan dalam OTA. Berdasarkan ISO 9241-210, UX adalah kesan dan pendapat seseorang terhadap pengguna suatu sistem, produk dan layanan (Informasi et al. 2019). Oleh karena itu dilakukan analisis UX kepada kedua aplikasi OTA tersebut agar dapat diketahui apakah pengguna telah merasakan UX yang dapat memenuhi kebutuhannya ataupun tidak dapat memenuhi kebutuhannya, lalu dari sisi aspek *User Experience Questionnaire* (UEQ) mana yang mengakibatkan UX dirasa belum dapat memenuhi kebutuhan pengguna (Anjasmara et al. 2019).

Permasalahan yang terdapat pada latar belakang yang telah jelaskan adalah bagaimana tolok ukur antara kedua aplikasi OTA tersebut dalam hal kegunaan dan kepuasan pengguna sesuai dengan UX. Pengukuran level UX mengumpulkan persepsi yang berbeda dengan mengaplikasikan kuesioner. Kuesioner yang digunakan diambil dari metode UEQ yang menggambarkan respon pengguna yang dapat mengungkapkan opini, kesan, dan juga pengalaman ketika pengguna berinteraksi dengan aplikasi pada enam skala metode ini, enam skala UEQ diantara ada daya tarik (*attractiveness*), efisiensi (*efficiency*), kejelasan (*perspicuity*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*), kebaruan (*novelty*). Pengisian kuesioner dilakukan seperti metode UEQ yang bertujuan untuk menemukan pengalaman dari beberapa pengguna aplikasi Traveloka dan Tiket.com (Kresnanto et al. 2020)

Untuk itu tujuan penelitian ini ialah agar mendapatkan tolok ukur dari segi kebergunaan pada kedua aplikasi OTA tersebut dan untuk mengukur dan menilai kepuasan pengguna berdasarkan enam aspek UEQ saat menggunakan aplikasi Traveloka dan Tiket.com (Rohmah and Ary 2021).

II. STUDI LITERATUR

User Experience (UX)

User Experience (UX) mengacu pada bagaimana user/pengguna berperilaku disaat menggunakan aplikasi atau sistem. Perilaku pengguna yang positif terjadi ketika produk atau sistem memberikan pengalaman yang mencapai tujuan pengguna. Salah satu standar internasional, yaitu ISO FDIS 92 1-210, mendefinisikan UX sebagai persepsi kegunaan suatu produk, sistem, dan layanan. Konseptualisasi UX dilakukan dengan cara yang berbeda dan dibagi menjadi tiga bagian, antara lain:

1. Kajian indikator kepuasan pengguna terkait kemudahan pengguna.

2. Fokus pada aktivitas pengguna.
3. Pengalaman pengguna adalah pangkal dari berbagai persepsi, reaksi pengguna diukur dengan subjektif dan juga objektif(Saputra et al. 2022).

User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah kuesioner pengukur *user experience*. Terdapat 26 pertanyaan dalam metode UEQ. Pada Gambar 1, di bawah ini adalah daftar 26 pertanyaan yang akan diajukan pada responden guna mendapatkan informasi subjektif dari kuesioner UEQ(Yuwono et al. 2019).

Saat ini silakan evaluasi produk dengan memilih satu lingkaran tiap baris item.

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien	20
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif	26

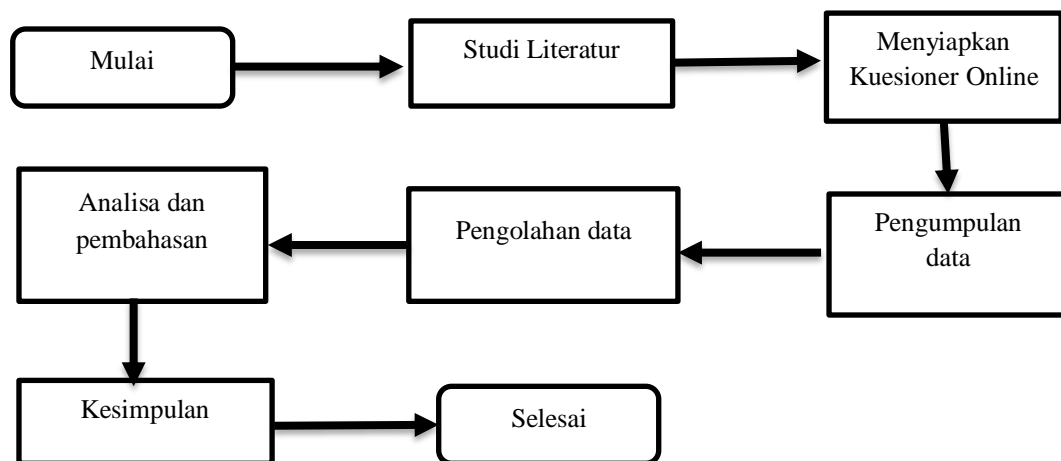
Gambar 1. Daftar Kuesioner UEQ

Online Travel Agent (OTA)

Online Travel Agent (OTA) merupakan *agent* penyedia jasa travel berbasis *e-commerce* yang menyediakan berbagai layanan terkait pariwisata. Konsep OTA berlaku untuk berbagai perusahaan, mulai dari perusahaan mikro hingga perusahaan skala besar. Bagi perusahaan mikro atau perusahaan skala kecil, OTA dapat digunakan untuk memikat keberadaan internet karena tidak memikirkan setruktur dan level birokrasi yang rumit. Namun, perusahaan kecil berbasis internet juga menanalami kendala dalam menjalankan *e-commerce*. Bahkan *e-commerce* pariwisata yang berdiri di Indonesia dapat dikatakan semakin hari semakin meningkat, hingga tahun 2018 terhitung ada 52 OTA yang menjalankan bisnisnya di Indonesia. Perkembangan munculnya OTA ini dipicu oleh hadirnya dua OTA terbesar di Indonesi, yakni Traveloka dan Tiket.com(Shobrina and Purwaningsih n.d.).

III. METODE

Metode kuantitatif adalah metode analisis yang digunakan pada penelitian ini dan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Untuk menganalisis *user experience* pada aplikasi Traveloka dan Tiket.com yaitu menggunakan metode penelitian *user experience questionnaire* (UEQ)(Prasetyaningsih and Ramadhani 2021). Gambar 2 adalah gambaran dari tahap penelitian ini.



Gambar 2. Tahap Penelitian

Tahapan penelitian ini diawali dengan studi literature, semua landasan teori yang terkait topik penelitian yang dilakukan kemudian diuraikan untuk memberikan landasan teori bagi penelitian ini. Setelah itu menyiapkan kuesioner dibuat dengan google formulir dengan pertanyaan yang didapat berdasarkan enam skala kuesioner UEQ .

Kemudian pengumpulan data dilakukan sebagaimana dibuat dalam google formulir yang dibagikan kepada responden yang menggunakan aplikasi Traveloka dan Tiket.com, rentan usia 17 sampai dengan 30 tahun dalam rentan waktu pengambilan data dimulai pada tanggal 18 Oktober hingga 31 Oktober 2022 dan di dapat 180 responden, hal ini terjadi lantaran peneliti tidak dapat memastikan jumlah seluruh pengguna aplikasi Traveloka dan Tiket.com, karena mempertimbangkan waktu penelitian(Rosma, Informatika, and Akuntansi n.d.).

Setelah mengumpulkan data dari hasil kuesioner, kemudian data diolah menggunakan analisis tools UEQ. Setelah data diolah akan dianalisa lebih lanjut dan dilakukan pembahasan pada hasil pengolahan data tersebut, dan akan didapat kesimpulan mengenai hasil penelitian ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Data yang di dapat dari penyebaran kuesioner berjumlah 180 responden yang terdiri dari 94 pengguna Traveloka, 16 pengguna Tiket.com, dan 70 pengguna kedua aplikasi tersebut dengan rentan usia 17 hingga 30 tahun.

Analisi Nilai *User Experience* Aplikasi Traveloka Dan Tiket.com

Hasil yang di dapatkan pada nilai *mean* keseluruhan dari pertanyaan yang sudah dikategorikan di tiap skala *User Experience Quesionnaire* (UEQ). Nilai peringkat "Normal" adalah 0,8 , lalu untuk nilai di atas 0,8 adalah peringkat "Positif" dan nilai -0,8 adalah peringkat "Negatif".

Jadi bisa disimpulkan evaluasi pada aplikasi Traveloka dan Tiket.com memiliki kesan positif dari skala secara keseluruhan, yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Nilai mean skala UEQ aplikasi Traveloka dan Tiket.com

UEQ Scales (Mean dan Variance)	Traveloka		Tiket.com	
Daya Tarik	↑ 1,517	0,92	↑ 1,422	1,07
Kejelasan	↑ 1,518	1,02	↑ 1,378	1,17
Efisiensi	↑ 1,582	1,13	↑ 1,450	1,12
Ketepatan	↑ 1,276	1,03	↑ 1,236	1,12
Stimulasi	↑ 1,476	0,92	↑ 1,357	1,13
Kebaruan	↑ 1,133	1,02	↑ 0,950	1,12

Skala UEQ dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: *Attractiveness* (daya tarik), *Pragmatic Quality* (kejelasan, efisiensi, ketepatan), dan *Hedonic Quality* (stimulasi dan orisinalitas). *Pragmatic Quality* menjabarkan aspek bobot yang berhubungan sesuai fungsi aplikasi, sedangkan *Hedonic Quality* menjabarkan aspek bobot yang tidak berhubungan sesuai fungsi aplikasi (Della Nur Annisa and Nashar Utama Jaya 2022). Tabel 2 menunjukkan bahwa skala UEQ aplikasi Traveloka dan Tiket.com berdasarkan pengelompokan *Pragmatic* dan *Hedonic Quality* adalah > +1 yang berarti kedua aplikasi tersebut mendapat penilaian positif dari pengguna.

Tabel 2. Pragmatic dan Hedonic Quality Uji Benchmark Aplikasi Traveloka dan Tiket.com

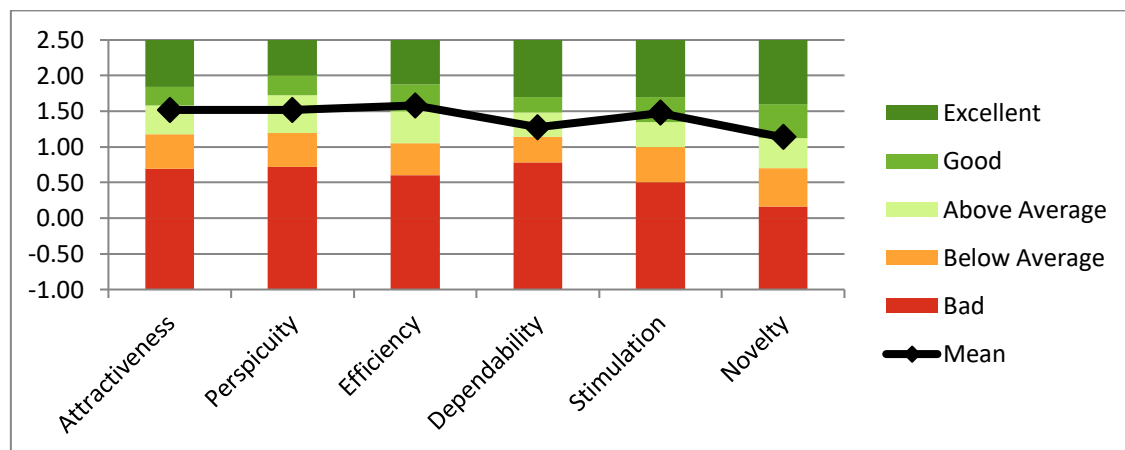
<i>Pragmatic dan Hedonic Quality</i>	Traveloka	Tiket.com
<i>Attractiveness</i>	1,52	1,42
<i>Pragmatic Quality</i>	1,46	1,35
<i>Hedonic Quality</i>	1,30	1,15

Uji benchmark diperlukan di mana setiap nilai aspek dibandingkan dengan data UEQ dalam *analysis tool* UEQ. hasil uji benchmark terbagi dalam lima kategori, yaitu buruk (*Bad*), tengah (*Average*), bawah (*Below*), diatas rata-rata (*Above Average*), baik (*Good*), dan sangat baik (*Excellent*) (Umar et al. 2020).

Tabel 3. Hasil Set Data Benchmark Traveloka

Skala	Mean	Kategori Benchmark	Interpretasi
Daya Tarik	1,52	Tengah	25% output lebih baik, 50% output lebih buruk
Kejelasan	1,52	Tengah	25% output lebih baik, 50% output lebih buruk
Efisiensi	1,58	Baik	10% output lebih baik, 75% output lebih buruk
Ketepatan	1,28	Tengah	25% output lebih baik, 50% output lebih buruk
Stimulasi	1,48	Baik	10% output lebih baik, 75% output lebih buruk
Kebaruan	1,13	Baik	10% output lebih baik, 75% output lebih buruk

Pada tabel 3 ini menampilkan hasil yang menunjukkan data set benchmark aplikasi Traveloka dimana skala daya tarik memperoleh nilai 1,52. Kemudian skala kejelasan 1,52. Skala efisiensi mendapat nilai 1,58. Skala ketepatan mendapat 1,28. Selanjutnya skala stimulasi 1,48 dan 1,13 kebaruan. Selain itu, dari hasil perbandingan dataset data benchmark dengan nilai skala kebaruan memperoleh nilai yang paling rendah, perlu dilakukan perbaikan dari sisi UX (Riche and Marpaung 2021). Hasil benchmark berikut disajikan dalam bentuk grafik yang direpresentasikan oleh UEQ item.

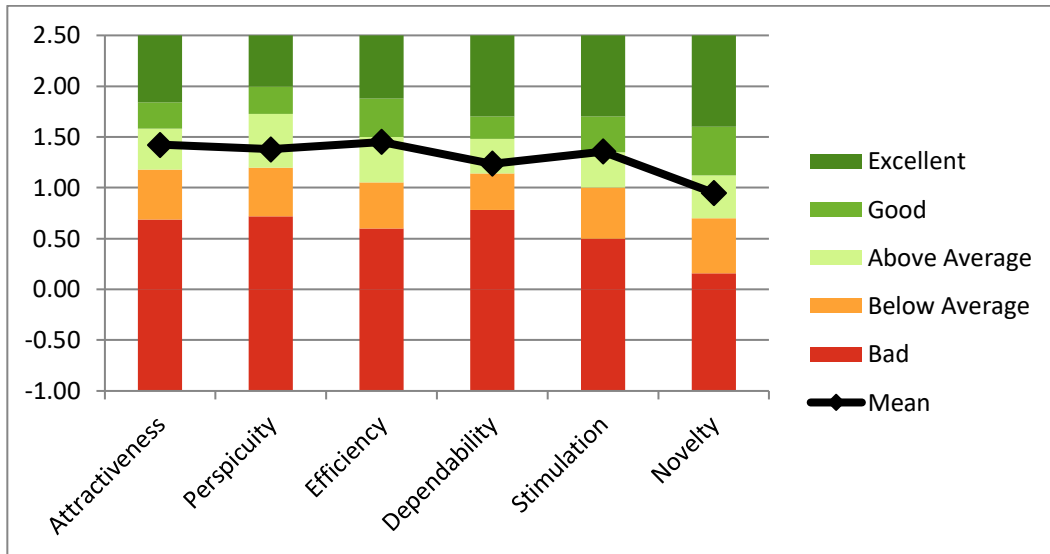


Gambar 3. Benchmark Traveloka

Hasil set data benchmark aplikasi Tiket.com menunjukkan dimana ada skala daya tarik nilai 1,42. Kemudian skala kejelasan 1,38. Skala efisiensi mendapat nilai 1,45. Skala ketepatan mendapat 1,24. Selanjutnya skala stimulasi 1,36 dan 0,95 kebaruan. Hasil perbandingan set data benchmark aplikasi Tiket.com disajikan pada tabel 4, dan dalam bentuk grafik terdapat pada gambar 4.

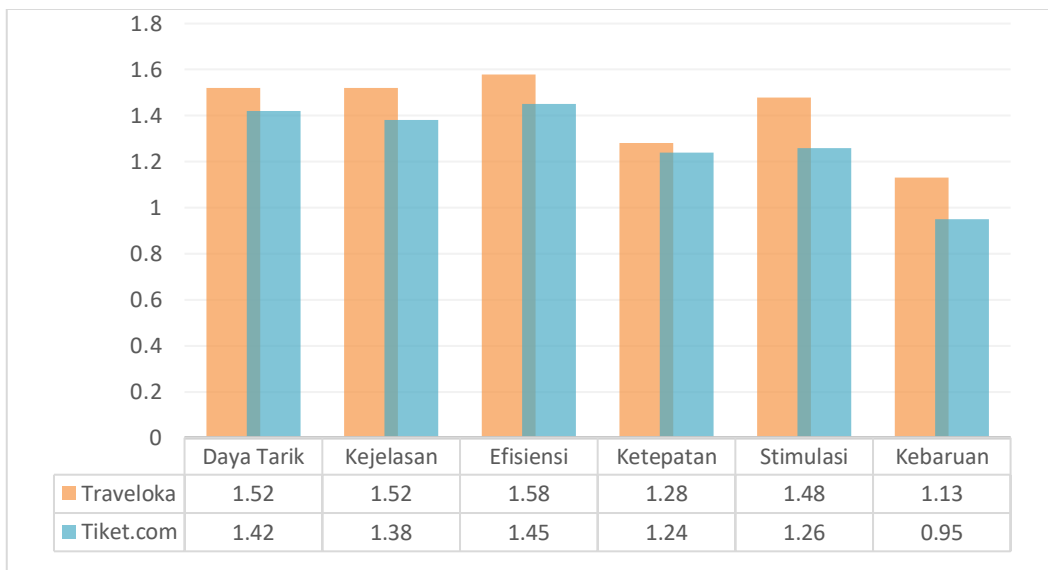
Tabel 4. Hasil Set Data Benchmark Tiket.com

Skala	Mean	Kategori Benchmark	Interpretasi
Daya Tarik	1,42	Tengah	25% output lebih baik , 50% output lebih buruk
Kejelasan	1,38	Tengah	25% output lebih baik , 50% output lebih buruk
Efisiensi	1,45	Tengah	25% output lebih baik , 50% output lebih buruk
Ketepatan	1,24	Tengah	25% output lebih baik , 50% output lebih buruk
Stimulasi	1,36	Baik	10% output lebih baik , 75% output lebih buruk
Kebaruan	0,95	Tengah	25% output lebih baik , 50% output lebih buruk



Gambar 4. Benchmark Tiket.com

Hasil perbandingan set data *benchmark* aplikasi Traveloka dan Tiket.com yang disajikan dalam bentuk grafik terdapat pada gambar 6.



Gambar 5. Hasil perbandingan

V. KESIMPULAN

Hasil dari *User Experience* (UX) pada aplikasi *Online Travel Agent* (OTA) yaitu Traveloka dan Tiket.com menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dengan enam skala UEQ diantaranya ada daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil penelitian evaluasi pada aplikasi Traveloka dan Tiket.com memiliki impresi positif dari skala secara keseluruhan untuk aplikasi Traveloka dan Tiket.com. Pada hasil skala UEQ aplikasi Traveloka dan Tiket.com berdasarkan pengelompokan *Pragmatic* dan *Hedonic Quality* adalah > +1 yang berarti kedua aplikasi tersebut mendapat penilaian positif dari pengguna.

Dan untuk hasil yang di dapat pada nilai rata-rata pada uji *benchmark* UEQ aplikasi Traveloka mendapatkan nilai daya tarik 1.52, kejelasan 1.52, efisiensi 1.58, ketepatan 1.28, stimulasi 1.48, dan kebaruan 1.13. Sedangkan nilai rata-rata yang di dapat aplikasi Tiket.com yaitu daya tarik 1.42, kejelasan 1.38, efisiensi 1.45, ketepatan 1.24, stimulasi 1.26, dan kebaruan 0,95.

Berdasarkan hasil dari penilaian tersebut, responden merasa puas dengan kedua aplikasi OTA tersebut. Hal ini dikarenakan hasil mean nilai yang didapat berada di kategori normal dan aplikasi Traveloka unggul dengan terdapat 1 skala yang memperoleh kategori Baik (*Good*) dengan nilai 1.58 yaitu pada skala efisiensi.

VI. REFERENSI

- Anjasmara, Ricco, Putra Pratama, Hanifah Muslimah Az-zahra, and Satrio Hadi Wijoyo. 2019. "Evaluasi User Experience Menggunakan MeCUE Questionnaire (Studi Kasus Pada Aplikasi Traveloka Dan Pegipegi)." 3(3):2335–43.
- Informasi, Sistem, Fakultas Sains, U. I. N. Syarif, and Hidayatullah Jakarta. 2019. "Pratama, Analisis User Experience Aplikasi Academic Information System (AIS) Mobile Untuk User-Centered Metrics Menggunakan Heart Framework 405." 8(September):405–12.
- Kresnanto, Mochammad Alif, Buce Trias Hanggara, and Bondan Sapta Prakoso. 2020. "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Booking Hotel Dengan Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Pada RedDoorz Dan Airy)." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 4(10):3637–46.
- Noor, Auliya, and Elvin Leander Hadisaputro. 2022. "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi TIX ID Menggunakan Metode User Experience Questionnaire." 3(4):672–77. doi: 10.47065/josh.v3i4.1881.
- Della Nur Annisa, Fara, and Joy Nashar Utama Jaya. 2022. "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet OVO Dan GOPAY Dengan Metode User Experience Questionnaire." *Journal of Information System Research* 3(3):251. doi: 10.47065/josh.v3i3.1527.
- Prasetyaningih, Sandi, and Widya Putri Ramadhani. 2021. "Analisa User Experience Pada TFME Interactive Learning Media Menggunakan User Experience Questionnaire." 13(2):147–57.
- Putri, Ike Kusuma, Satrio Hadi Wijoyo, and Yusi Tyroni Mursityo. 2019. "Analisis Usability Dan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Pemesanan Budget Hotel Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus Pada Airy Rooms)." 3(7).
- Riche, Riche, and Sophya Hadini Marpaung. 2021. "Evaluasi Pengalaman Pengguna Dengan Menggunakan User Experience Questionnaire Perpustakaan Digital." *Jurnal Media Informatika Budidarma* 5(4):1345. doi: 10.30865/mib.v5i4.3270.
- Rohmah, Siti, and Maxsi Ary. 2021. "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Pinjaman Online Menggunakan Metode Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (Studi Kasus : Pada Akulaku Dan Kredivo Indonesia)." 13(1).
- Rosma, Stmik, Manajemen Informatika, and Komputerisasi Akuntansi. n.d. "Rini Malfiany , Donny Apdian , Shofa Shofia Hilabi Vol 6 No 1 ISSN : 2541-6995 E ISSN : 2580-5517 EVALUASI DESAIN ANTAR MUKA APLIKASI BPJSTKU MENGGUNAKAN HEURISTIC EVALUATION." 6(1):82–97.
- Sandi, Santi Pertiwi Hari. 2022. "E-ISSN : 2798-2580 Universitas Buana Perjuangan Karawang." (April 2020):1999–2005.
- Saputra, Guntur Eka, Rakhmi Khalida, Ratu Nurmalika, Universitas Gunadarma, and Universitas Gunadarma. 2022. "EVALUATION OF USER EXPERIENCE TLX TRAINING GATE FOR COMPETITIVE PROGRAMMING LEARNING USING USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE AND SYSTEM." 1(2):30–37.
- Shobrina, Salsa Fadlila, and Ratna Purwaningsih. n.d. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS

SITUS WEB TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION) MENGGUNAKAN METODE MULTIPLE LINEAR REGRESSION (Studi Kasus : Tiket . Com).”

- Studi, Program, Teknik Informatika, Sekolah Tinggi, and Teknologi Pagar. n.d. “Analisa Usability Pada Website Traveloka.” 09(75):172–80.
- Umar, Rusydi, Aulyah Zakilah Ifani, Fathia Irbati Ammatulloh, and Maya Anggriani. 2020. “ANALISIS SISTEM INFORMASI WEB LSP UAD MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ).” 4(2):173–78.
- Yuwono, Raka, Ario Wibowo, Satrio Hadi Wijoyo, and Retno Indah Rokhmawati. 2019. “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Di Indonesia Dengan Menggunakan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Pada JakOne Mobile Dan BCA Mobile).” 3(6):5666–73.