

Analisis Perbandingan Kualitas Aplikasi E-Wallet Berdasarkan Pengalaman Pengguna Menggunakan Metode User Experience Questioner (UEQ)

Alji Ridwan Syah Alam¹, Medyantiwi Rahmawita², Megawati³, Mona Fronita⁴

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jl. HR. Soebrantas Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau, 28293
e-mail: ¹12050311668@students.uin-suska.ac.id, ²medyantiwi.rahmawita@uin-suska.ac.id,
³megawati@uin-suska.ac.id, ⁴monafronita@uin-suska.ac.id

Submitted Date: April 15th, 2024
Revised Date: April 26th, 2024

Reviewed Date: April 21st, 2024
Accepted Date: April 30th, 2024

Abstract

With advances in technology, payments that originally used cash have now switched to digital money via digital wallets. In 2023, Go-Pay and OVO will become leaders in the e-wallet market. In this fierce competition, users often experience various problems, including problematic application features, missing or deleted features, and frequent application updates. Therefore, this research aims to analyze and compare user experiences on both the Go-Pay and OVO applications using the User Experience Questionnaire (UEQ) method. The UEQ questionnaire has 26 question items with 6 scales which were distributed to 100 Go-Pay and OVO users in Pekanbaru. The results of the two applications found significant differences on several average scales (mean), for example, the Efficiency and Stimulation variables in the Go-Pay application were included in the above-average category, the OVO application was only included in the below-average category, while the Attractiveness, Perspicuity variables Novelty, and Dependability are not very significant differences in the average (mean) in the below average category, but the OVO application still needs more improvement in each aspect scale, because when compared to the Go-Pay application, the OVO application still shows differences on the UEQ scale.

Keywords: Analysis; Technology; Digital Wallet; User Experience; User Experience Questionnaire

Abstrak

Dengan kemajuan teknologi, pembayaran yang awalnya menggunakan uang tunai kini telah beralih ke uang digital melalui dompet digital. Pada tahun 2023, Go-Pay dan OVO menjadi pemimpin dalam pasar e-wallet. Dalam persaingan ketat ini, pengguna seringkali mengalami berbagai masalah, di antaranya fitur aplikasi yang bermasalah, fitur yang hilang atau terhapus, serta seringnya pembaruan aplikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna pada kedua aplikasi Go-Pay dan OVO menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Kuesioner UEQ memiliki 26 item pertanyaan dengan 6 skala yang dibagikan kepada 100 orang pengguna Go-Pay dan OVO yang berada di Pekanbaru. Hasil dari kedua aplikasi tersebut ditemukan perbedaan yang signifikan pada beberapa skala rata-rata (*mean*), misalnya variabel *Efficiency*, dan *Stimulation* pada aplikasi Go-Pay termasuk kategori *above average*, aplikasi OVO hanya termasuk pada kategori *below average*, sedangkan pada variabel *Attractiveness*, *Perspicuity Novelty*, dan *Dependability* tidak terlalu signifikan perbedaan rata-rata (*mean*) pada kategori *below average*, namun tetap saja aplikasi OVO lebih banyak membutuhkan peningkatan di setiap skala aspeknya, karena jika dibandingkan dengan aplikasi Go-Pay, aplikasi OVO masih menunjukkan perbedaan pada skala UEQ.

Kata Kunci: Analisis; Teknologi; Dompet Digital; Pengalaman Pengguna; User Experience Questioner

1. Pendahuluan

Saat ini, di era globalisasi, teknologi informasi sedang mengalami perkembangan pesat di semua sektor, terutama dalam hal transaksi pembayaran. Perubahan ini terlihat dari penggunaan uang tunai yang bertransformasi menjadi uang digital melalui aplikasi dompet digital atau e-wallet. Dompet digital ini memungkinkan kita untuk melakukan berbagai transaksi dan pembayaran secara online, menggantikan peran dompet konvensional yang biasanya diisi dengan uang tunai (Antasari, 2020). Dengan adanya e-wallet, pembayaran belanja, transaksi online, pembelian tiket pesawat, dan sebagainya menjadi lebih mudah dilakukan.

Menurut riset Daily Social tahun 2019, Go-Pay dan OVO merupakan aplikasi e-wallet terpopuler di Indonesia (Taslim & Felita, 2022). Kemudian pada tahun 2023, Insight Asia melaporkan bahwa 74% dari 1.300 responden pernah menggunakan dompet digital. Sekitar 61% dari mereka bahkan menggunakan beberapa e-wallet sekaligus. Go-Pay memimpin dengan 71% popularitas, diikuti oleh OVO dengan 70%. Persaingan ketat terjadi antara kedua platform tersebut, dengan selisih hanya 1%. Sementara itu, e-wallet lainnya jauh tertinggal dari keduanya (Putri & Octavatiya, 2023).

Dengan begitu ketatnya persaingan pasar dompet digital, dan banyaknya pengguna aplikasi, masalah yang dikeluhkan oleh pengguna juga bermacam-macam. Masalah utama yaitu kesulitan dalam mengakses menu aplikasi sehingga diperlukan peningkatan dalam segi fitur atau menu untuk mempermudah pengguna, serta keterbaruan aplikasi agar pengguna terus merasa nyaman. Selain itu, berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pengguna Go-Pay pada tahun 2023, Denisya mengatakan “Pernah mengalami permasalahan saldo sudah terpotong, tetapi *top-up* yang dilakukan belum masuk, bahkan hingga beberapa kali menelepon *customer service*-nya baru di tanggapi, itu membutuhkan proses dan memakan waktu disaat membutuhkan dengan cepat”, kemudian wawancara yang dilakukan kepada pengguna OVO pada tahun 2023, Rival mengatakan “Aplikasi OVO susah sekali untuk verifikasi ke OVO Premium”. Pengamatan terhadap penilaian aplikasi Go-Pay dan OVO di Google Play Store ini menunjukkan bahwa pengguna sering kali mengalami masalah atau

kesalahan saat menggunakan kedua aplikasi tersebut.

Keluhan yang diajukan oleh pengguna seringkali berkaitan dengan fitur aplikasi yang bermasalah, fitur yang hilang atau terhapus, serta seringnya pembaruan aplikasi. Selain itu, mereka juga mengalami kesulitan dengan fitur bantuan dan layanan pelanggan yang tidak efektif, transfer yang memakan waktu lama, dan masalah lainnya pada sistem aplikasi. Semua ini menunjukkan adanya masalah dalam kualitas sistem dan layanan yang diberikan oleh aplikasi Go-Pay dan OVO. Kualitas layanan yang tinggi sangat penting karena dapat secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna (Parwita et al., 2022). Kepuasan pengguna yang tinggi berpotensi mendorong mereka untuk terus menggunakan produk dan layanan, dan ini dipengaruhi oleh pengalaman mereka saat menggunakan produk dan layanan tersebut (Putri et al., 2019).

Sejumlah penelitian terkait dilakukan begitu juga dengan (Hendrawan et al., 2023) yang memiliki penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Halodoc dan Alodokter menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)”. Hasilnya menunjukkan bahwa Halodoc dinilai lebih baik daripada Alodokter. Meskipun keduanya mendapat rating tinggi dalam hal efisiensi, namun kualitas pragmatis keduanya mendapat rating rendah. Oleh karena itu, perbaikan dalam kualitas pragmatis perlu dilakukan untuk menarik lebih banyak perhatian pengguna. Penelitian lainnya dilakukan oleh (Alawiyah & Canta, 2022) tentang “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)”. Penelitian menemukan bahwa pengguna memberi nilai tinggi pada aplikasi Shopee, dengan skor rata-rata di atas 0,8 menurut kuesioner UEQ. Selanjutnya sebuah penelitian dengan judul “*E-marketplace Performance Analysis Using PIECES Method*” menyajikan rata-rata skor dari semua dimensi berada di kisaran sedang, sekitar 42,8% hingga 51,45%, sesuai dengan harapan. Namun, pengujian GTMetric menemukan bahwa performa rata-rata situs web E-marketplace mendapat rating D, menunjukkan rendahnya kualitas situs tersebut. (Ula et al., 2021). Selain itu, dalam penelitian yang berjudul “*Service Quality Assessment of E-Wallet*”, hasilnya menunjukkan bahwa objek perlu meningkatkan kinerjanya

dibandingkan dengan pesaingnya. Rekomendasi untuk perbaikan berkelanjutan juga diberikan, yang diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan mengenai atribut yang mencerminkan persepsi (Ulkhayq et al., 2021).

Dengan memanfaatkan data yang telah diuraikan, peneliti bermaksud menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna aplikasi dompet digital Go-Pay dan OVO saat menjalankannya. Pengumpulan data dilakukan melalui metode *User Experience Questioner* (UEQ), karena memberikan gambaran menyeluruh tentang pengalaman pengguna, mulai dari aspek kegunaan klasik (*classical usability*) hingga keseluruhan pengalaman pengguna (*user experience*) (Arkan et al., 2023). Proses pengukuran UEQ menggunakan skala yang serupa dengan skala Likert yang biasa digunakan untuk menilai pendapat dan perasaan orang terhadap sesuatu. Selain itu, UEQ juga memberikan alat analisis yang membantu kita memahami hasil evaluasi lebih baik (Schrepp & Thomaschewski, 2019).

2. Landasan Teori

2.1 Analisis

Analisis adalah kemampuan untuk memecah masalah atau situasi menjadi komponen yang lebih sederhana, serta memahami bagaimana setiap bagian tersebut saling terhubung. Proses ini mencakup memecah objek menjadi komponen, mengelompokkannya berdasarkan kriteria tertentu, dan menemukan keterkaitan di antara mereka. Selain itu, analisis juga mencakup penyelidikan terhadap peristiwa, perilaku, dan faktor lainnya untuk mengidentifikasi akar penyebab dari suatu masalah (Suleman, 2022).

2.2 Kualitas

Dalam ISO 8402 dan Standar Nasional Indonesia (SNI 19-8402-1991), kualitas mencakup semua hal baik dalam produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, baik yang dijelaskan secara langsung maupun yang tersirat, seperti yang telah disepakati sebelumnya atau diatur dalam kontrak (Dewi & Ummah, 2019).

2.3 Aplikasi

Aplikasi merupakan program yang dipakai pengguna untuk melaksanakan fungsi tertentu, menyelesaikan masalah dengan memproses data

yang diperlukan, dan difokuskan pada komputasi serta pemrosesan data yang diinginkan (Sutanti et al., 2020).

2.4 E-Wallet

E-Wallet merupakan penemuan teknologi keuangan terkini yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi pembayaran (Hassan & Shukur, 2019). Prinsipnya, e-wallet memiliki fungsi mirip dengan dompet konvensional, namun dengan kelebihan tambahan yang membuat pengguna lebih mudah dalam melakukan transaksi keuangan, baik secara daring maupun luring, melalui smartphone mereka. (Chatterjee & Bolar, 2019). Terdapat 2 aplikasi E-Wallet yang umum digunakan pengguna di antaranya:

1. Go-Pay

PT. Goto Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) atau yang akrab disapa Go-Jek telah memasukkan teknologi finansial dalam layanannya, termasuk Go-Pay. Go-Pay merupakan layanan dompet digital pada aplikasi Go-Jek yang memungkinkan pengguna membayar layanan Go-Jek dengan mudah. Selain itu, juga bisa melakukan transaksi lain, seperti mengirim uang kepada orang lain (Danuarta & Darma, 2019).

2. OVO

Lippo Group mengeluarkan layanan dompet digital yang bernama OVO dan telah beroperasi sejak 22 Agustus 2017. Melalui PT Visionet Internasional, OVO telah mengantongi tiga izin dari Bank Indonesia yaitu sebagai penyelenggara QRIS, penyelenggara uang elektronik, dan penyelenggara transfer dana. Sebagai layanan terkemuka di Indonesia, OVO mendukung berbagai transaksi, mulai dari pembayaran di Grab dan Tokopedia hingga pembelian online dan offline di merchant yang bermitra dengan OVO. (Nariyari et al., 2023).

2.5 Pengalaman Pengguna

ISO 9241-210 menjabarkan bahwa pengalaman pengguna (UX) mencakup perasaan dan tindakan pengguna saat memanfaatkan sistem, produk, atau layanan tertentu. Keberhasilan UX terwujud saat fitur produk sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga meningkatkan nilai atau kegunaannya. Tingkat kenyamanan saat

penggunaan pertama kali akan meningkatkan kepuasan pengguna (Huda et al., 2023).

2.6 User Experience Questionnaire (UEQ)

Salah satu metode evaluasi yang bisa digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna melalui penggunaan kuesioner adalah metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) (Henim & Sari, 2020). Tujuan dari UEQ mencakup pengukuran pengalaman pengguna secara lintas produk, pengujiannya, serta identifikasi area di mana produk dapat ditingkatkan.

UEQ memanfaatkan 6 skala penilaian yang mencakup 26 item pertanyaan, yang meliputi aspek-aspek berikut (Schrepp, 2023):

1. *Attractiveness* (Daya Tarik)

Menggambarkan pandangan keseluruhan pengguna terhadap produk, baik suka maupun tidak suka.

2. *Perspicuity* (Kemudahan Pemahaman)

Menilai seberapa mudah pengguna mempelajari cara menggunakan produk dan mengenali fitur-fiturnya.

3. *Efficiency* (Efisiensi)

Menilai kemampuan pengguna untuk menuntaskan tugas dengan cepat dan efisien tanpa mengeluarkan banyak tindakan.

4. *Dependability* (Keandalan)

Mengukur tingkat kendali yang dirasakan pengguna dalam berinteraksi dengan produk.

5. *Stimulation* (Stimulasi)

Menunjukkan sejauh mana produk mampu memotivasi dan memberikan kesenangan kepada pengguna selama penggunaan.

6. *Novelty* (Kebaruan)

Menilai tingkat pembaharuan dan daya cipta produk sehingga mampu menarik perhatian pengguna.

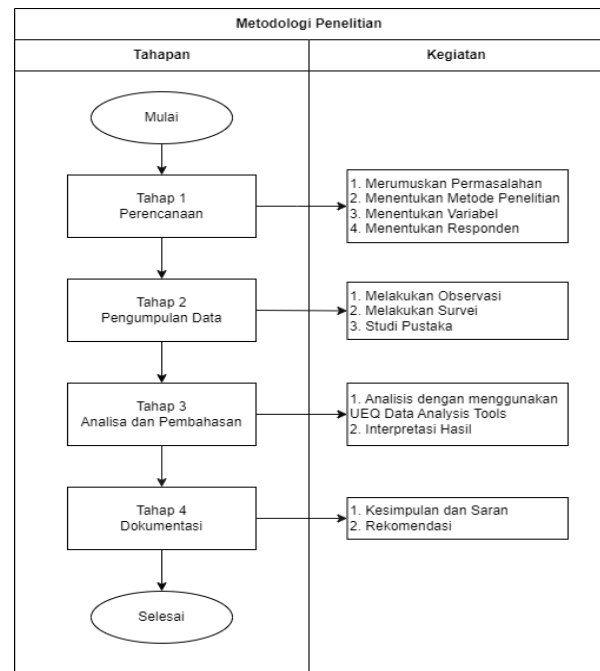
Skala-skala ini dikelompokkan dalam tiga kategori utama, yaitu "*attractiveness*" (daya tarik), yang mengukur tarikan keseluruhan produk menurut pengguna dalam UEQ, "*pragmatic quality*" (kualitas pragmatis), yang menekankan aspek teknis seperti efisiensi, kemudahan pemahaman, dan kecerdasan dalam mencapai tujuan pengguna, dan "*hedonic quality*" (kualitas hedonik), yang mencerminkan perasaan,

kesenangan, motivasi pengguna, dan inovasi dalam desain produk.

Kehadiran aspek-aspek ini memungkinkan UEQ memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengalaman pengguna. UEQ menawarkan tools analisis yang mudah digunakan dalam format excel, membuat pengukuran User Experience menjadi lebih sederhana dan efisien. Hal ini membuat pengumpulan dan analisis data menjadi lebih praktis bagi pengguna.

3. Metodologi Penelitian

Dalam metodologi penelitian ini, langkah-langkah yang akan diambil selama proses penelitian akan dijelaskan secara rinci. Semua tahapan yang terlibat dalam pelaksanaan penelitian akan diuraikan dengan detail dalam gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

3.1 Perencanaan

Aplikasi Go-Pay dan OVO, yang di instal pada smartphone Android dan iPhone, menjadi fokus penelitian ini. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna (UX) saat menggunakan kedua aplikasi tersebut, dan pengukuran dilakukan dengan memilih metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

Selanjutnya untuk menentukan variabel berdasarkan metode yang dipilih yaitu metode

UEQ, variabel yang digunakan adalah (Schrepp, 2023):

- a. Variabel Dependen (Terikat) :
 Faktor-faktor yang ikut terpengaruh yang disebabkan karena terdapatnya variabel bebas. Variabel Dependen pada penelitian ini adalah 6 skala UEQ yaitu *Attractiveness*, *Efficiency*, *Perspicuity*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*.
- b. Variabel Independen (Bebas) :
 Faktor-faktor yang dapat menyebabkan perubahan nilai pada variabel terikat. Variabel Independen pada penelitian ini adalah 26 item UEQ yang ada didalam 6 skala UEQ.

Langkah berikutnya adalah menetapkan responden. Dalam penelitian ini, penting untuk menjelaskan dua konsep utama, yaitu populasi dan sampel. Populasi mengacu pada semua individu yang akan diteliti, yaitu pengguna aplikasi e-wallet Go-Pay dan OVO yang berada di Kota Pekanbaru. Sedangkan sampel beberapa bagian dari populasi yang akan mewakili keseluruhan populasi, meskipun tidak mencakup semua elemen populasi tersebut.

Teknik sampling insidental dilakukan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yang mana pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan. Karena ukuran populasi tidak diketahui atau terbatas, metode ini menggunakan rumus Lemeshow yang terdapat dalam persamaan 1.

$$n = \frac{Z^2 x P(1-P)}{d^2} = \frac{1,96^2 x 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{0,96}{0,01} = 96,04 \quad (1)$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel atau sampel yang dicari
- Z = Nilai standar/skor Z pada kepercayaan (95%, Z = 1,96)
- P = Proporsi populasi yang tidak diketahui atau maksimal estimasi (50% = 0,5)
- d = Alpha atau *sampling error* (10% = 0,10)

Sehingga dari hasil persamaan dengan rumus di atas, didapatkan bahwa untuk penelitian tersebut diperlukan minimal 96 responden. Jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden yang dibutuhkan untuk aplikasi Go-Pay dan 100 responden untuk aplikasi OVO.

Penelitian ini memanfaatkan kuesioner yang dibuat berdasarkan *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang dikembangkan oleh Laugwitz et al. Kuesioner ini terdiri dari 26 pertanyaan yang menggali enam hal pokok dalam pengalaman pengguna, seperti ketertarikan, efisiensi, kejelasan, akurasi, stimulasi, dan kebaruan. Anda dapat melihat tampilan desain kuesioner tersebut di Gambar 2.

| | 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 2. Rancangan Kuesioner UEQ

3.2 Pengumpulan Data

Peneliti melakukan observasi awal untuk memahami aplikasi dompet digital Go-Pay dan OVO. Observasi dilakukan dengan meninjau ulasan pengguna di Google Play Store, mengunduh serta menginstal aplikasi, dan menggunakan dompet digital Go-Pay dan OVO secara aktif. Hasil dari observasi tersebut mencakup:

- a. Memperoleh Informasi Mengenai Kendala Pengguna:
 Observasi memberikan peneliti wawasan tentang kendala yang dialami oleh pengguna dompet digital Go-Pay dan OVO. Informasi ini penting untuk memahami pengalaman pengguna sehari-hari dan mengidentifikasi potensi masalah yang mungkin memengaruhi penerimaan aplikasi.
- b. Mengetahui Layanan yang Disediakan:
 Observasi juga membantu peneliti untuk mengetahui jenis layanan yang disediakan

oleh dompet digital Go-Pay dan OVO. Ini mencakup pemahaman tentang fitur-fitur, kemudahan penggunaan, dan kinerja aplikasi secara keseluruhan.

Penyebaran kuesioner diperluas dengan membagikannya ke berbagai platform media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, dan lainnya, dalam bentuk Google Form yang dapat memfasilitasi pengisian agar mendapatkan tanggapan dari pengguna. Melalui proses itu didapatkan data dari 100 responden.

Setelah sampel diperoleh, dilakukan pengujian kevalidan dan keandalannya. Validasi penting untuk memastikan pertanyaan sesuai dengan variabel yang diukur agar data yang dihasilkan dapat dipercaya. Semakin valid indikatornya, semakin akurat alat pengukur dalam mengumpulkan data (Amanda et al., 2019). Rumus uji validitas tersedia pada persamaan 2:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}} \sqrt{\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad (2)$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi (rhitung)

$\sum x$ = Total jumlah variabel x

$\sum y$ = Total jumlah variabel y

$\sum xy$ = Hasil kali nilai butir dengan nilai total

n = Total responden

Validitas r_{xy} diperiksa dengan menggunakan tabel product moment r dengan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai r_{xy} melebihi nilai yang tercantum dalam tabel, instrumen penelitian dianggap valid; sebaliknya, jika nilai r_{xy} lebih rendah, instrumen dianggap tidak valid. Untuk responden sebanyak 100 orang, nilai r tabel adalah 0,195 dalam kasus ini.

Setelah variabel dalam kuesioner dianggap valid, dilakukan pengujian reliabilitas untuk menentukan seberapa konsisten atau stabil alat pengukur. Ini dilakukan dengan menghitung *Cronbach's alpha* (α), di mana nilai di atas 0,60 menunjukkan reliabilitas yang memadai (Irfan, 2019). Persamaannya adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right) \quad (3)$$

Keterangan:

r_i = reliabilitas instrument (koefisien *Cronbach's Alpha*)

k = banyak butir item pertanyaan

σb = jumlah varians butir pernyataan

σt = jumlah varians total

Langkah terakhir dalam mengumpulkan data adalah melakukan studi pustaka. Ini melibatkan penelitian mendalam terhadap berbagai teori, buku, penelitian sebelumnya, dan sumber informasi yang relevan. Proses ini juga mencakup peninjauan situs web penyedia layanan terkait dengan objek penelitian. Pendekatan ini dimaksudkan untuk membangun landasan teoritis yang kuat sebagai dasar penelitian. Dengan menyelidiki literatur dan sumber daya yang relevan, peneliti dapat memahami kerangka kerja konseptual serta konteks yang mendukung perencanaan dan pelaksanaan penelitian dengan lebih baik..

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Deskripsi Responden

Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan dan mendapatkan tanggapan dari 100 responden. Dari jawaban yang kami terima, kami dapat mengkategorikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, lama penggunaan aplikasi, dan frekuensi penggunaan aplikasi. Berikut adalah gambaran dari data demografi responden:

1. Jenis Kelamin

Tabel 1 menampilkan data responden pengguna aplikasi Go-Pay berdasarkan jenis kelamin, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 1. Data Responden Jenis Kelamin Pengguna Go-Pay

| No | Jenis Kelamin | Jumlah Responden Go-Pay |
|--------|---------------|-------------------------|
| 1. | Laki-Laki | 70 Orang |
| 2. | Perempuan | 30 Orang |
| Jumlah | | 100 Orang |

Tabel 2 menunjukkan bahwa data responden berdasarkan jenis kelamin untuk pengguna aplikasi OVO, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 2. Data Responden Jenis Kelamin Pengguna OVO

| No | Jenis Kelamin | Jumlah Responden OVO |
|--------|---------------|----------------------|
| 1. | Laki-Laki | 70 Orang |
| 2. | Perempuan | 30 Orang |
| Jumlah | | 100 Orang |

2. Usia Pengguna

Tabel 3 dapat dilihat bahwa data responden berdasarkan usia pengguna untuk pengguna aplikasi Go-Pay, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 3. Data Responden Usia Pengguna Go-Pay

| No | Usia Pengguna | Jumlah Responden Go-Pay |
|--------|---------------|-------------------------|
| 1. | 15-24 Tahun | 100 Orang |
| 2. | 25-44 Tahun | - |
| 3. | 45-64 Tahun | - |
| 4. | ≥ 65 Tahun | - |
| Jumlah | | 100 Orang |

Tabel 4 diketahui data responden pengguna aplikasi OVO berdasarkan usia, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 4. Data Responden Usia Pengguna OVO

| No | Usia Pengguna | Jumlah Responden OVO |
|--------|---------------|----------------------|
| 1. | 15-24 Tahun | 100 Orang |
| 2. | 25-44 Tahun | - |
| 3. | 45-64 Tahun | - |
| 4. | ≥ 65 Tahun | - |
| Jumlah | | 100 Orang |

3. Lama Penggunaan

Tabel 5 dapat diketahui bahwa data responden berdasarkan lama penggunaan untuk pengguna aplikasi Go-Pay, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 5. Data Responden Lama Penggunaan Aplikasi Go-Pay

| No | Lama Penggunaan | Jumlah Responden Go-Pay |
|--------|-----------------|-------------------------|
| 1. | < 1 Tahun | 52 Orang |
| 2. | 1-3 Tahun | 38 Orang |
| 3. | > 3 Tahun | 10 Orang |
| Jumlah | | 100 Orang |

Tabel 6 dapat diketahui bahwa data responden berdasarkan lama penggunaan untuk pengguna aplikasi OVO, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 6. Data Responden Lama Penggunaan Aplikasi OVO

| No | Lama Penggunaan | Jumlah Responden OVO |
|--------|-----------------|----------------------|
| 1. | < 1 Tahun | 59 Orang |
| 2. | 1-3 Tahun | 32 Orang |
| 3. | > 3 Tahun | 9 Orang |
| Jumlah | | 100 Orang |

4. Intensitas Penggunaan

Tabel 7 dapat diketahui bahwa data responden berdasarkan intensitas penggunaan untuk pengguna aplikasi Go-Pay, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 7. Data Responden Intensitas Penggunaan Aplikasi Go-Pay

| No | Intensitas Penggunaan | Jumlah Responden Go-Pay |
|--------|-----------------------|-------------------------|
| 1. | Jarang | 23 Orang |
| 2. | Kadang-kadang | 48 Orang |
| 3. | Sering | 26 Orang |
| 4. | Sangat Sering | 3 Orang |
| Jumlah | | 100 Orang |

Tabel 8 dapat diketahui bahwa data responden berdasarkan intensitas penggunaan untuk pengguna aplikasi OVO, bisa di lihat di bawah ini.

Tabel 8. Data Responden Intensitas Penggunaan Aplikasi OVO

| No | Intensitas Penggunaan | Jumlah Responden OVO |
|--------|-----------------------|----------------------|
| 1. | Jarang | 34 Orang |
| 2. | Kadang-kadang | 46 Orang |
| 3. | Sering | 17 Orang |
| 4. | Sangat Sering | 3 Orang |
| Jumlah | | 100 Orang |

5. Domisili

Penelitian ini hanya memperhatikan responden yang berada di Pekanbaru untuk urusan domisili.

4.2 Uji Validitas

Setelah mendapatkan sampel, langkah berikutnya adalah melakukan uji validitas menggunakan rumus pada persamaan 2. Hasil uji validitas dengan menggunakan koefisien korelasi Pearson untuk setiap item indikator pada sampel aplikasi Go-Pay dapat ditemukan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Uji Validitas Aplikasi Go-Pay

| Item Indikator | Person Colleration | Nilai r tabel | Keterangan |
|----------------|--------------------|---------------|------------|
| ATT1 | 0.595 | 0.195 | Valid |
| ATT2 | 0.591 | 0.195 | Valid |
| ATT3 | 0.483 | 0.195 | Valid |
| ATT4 | 0.548 | 0.195 | Valid |

| Item Indikator | Person Colleration | Nilai r tabel | Keterangan |
|----------------|--------------------|---------------|------------|
| ATT5 | 0.708 | 0.195 | Valid |
| ATT6 | 0.651 | 0.195 | Valid |
| PER1 | 0,577 | 0.195 | Valid |
| PER2 | 0.754 | 0.195 | Valid |
| PER3 | 0.592 | 0.195 | Valid |
| PER4 | 0.762 | 0.195 | Valid |
| EFF1 | 0.712 | 0.195 | Valid |
| EFF2 | 0.627 | 0.195 | Valid |
| EFF3 | 0.619 | 0.195 | Valid |
| EFF4 | 0.733 | 0.195 | Valid |
| DEP1 | 0.597 | 0.195 | Valid |
| DEP2 | 0.576 | 0.195 | Valid |
| DEP3 | 0.751 | 0.195 | Valid |
| DEP4 | 0.767 | 0.195 | Valid |
| STI1 | 0.756 | 0.195 | Valid |
| STI2 | 0.588 | 0.195 | Valid |
| STI3 | 0.568 | 0.195 | Valid |
| STI4 | 0.776 | 0.195 | Valid |
| NOV1 | 0.662 | 0.195 | Valid |
| NOV2 | 0.732 | 0.195 | Valid |
| NOV3 | 0.641 | 0.195 | Valid |
| NOV4 | 0.677 | 0.195 | Valid |

Tabel 10 di bawah ini akan menunjukkan hasil uji validitas untuk setiap item indikator pada sampel aplikasi OVO, menggunakan koefisien korelasi Pearson.

Tabel 10. Uji Validitas Aplikasi OVO

| Item Indikator | Person Colleration | Nilai r tabel | Keterangan |
|----------------|--------------------|---------------|------------|
| ATT1 | 0.493 | 0.195 | Valid |
| ATT2 | 0.569 | 0.195 | Valid |
| ATT3 | 0.516 | 0.195 | Valid |
| ATT4 | 0.530 | 0.195 | Valid |
| ATT5 | 0.637 | 0.195 | Valid |
| ATT6 | 0.724 | 0.195 | Valid |
| PER1 | 0,675 | 0.195 | Valid |
| PER2 | 0.688 | 0.195 | Valid |
| PER3 | 0.640 | 0.195 | Valid |
| PER4 | 0.696 | 0.195 | Valid |
| EFF1 | 0.742 | 0.195 | Valid |
| EFF2 | 0.640 | 0.195 | Valid |
| EFF3 | 0.610 | 0.195 | Valid |
| EFF4 | 0.732 | 0.195 | Valid |
| DEP1 | 0.599 | 0.195 | Valid |
| DEP2 | 0.600 | 0.195 | Valid |
| DEP3 | 0.773 | 0.195 | Valid |
| DEP4 | 0.714 | 0.195 | Valid |
| STI1 | 0.772 | 0.195 | Valid |
| STI2 | 0.661 | 0.195 | Valid |
| STI3 | 0.642 | 0.195 | Valid |

| Item Indikator | Person Colleration | Nilai r tabel | Keterangan |
|----------------|--------------------|---------------|------------|
| STI4 | 0.666 | 0.195 | Valid |
| NOV1 | 0.686 | 0.195 | Valid |
| NOV2 | 0.687 | 0.195 | Valid |
| NOV3 | 0.625 | 0.195 | Valid |
| NOV4 | 0.700 | 0.195 | Valid |

4.3 Uji Reliabilitas

Setelah memvalidasi data, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas sampel jawaban tersebut. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas setiap variabel pada aplikasi Go-Pay yang tercantum dalam Tabel 11.

Tabel 11. Uji Reliabilitas Aplikasi Go-Pay

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----------------|------------------------|------------|
| Attractiveness | 0.642 | Reliabel |
| Perspiciuity | 0.604 | Reliabel |
| Efficiency | 0.601 | Reliabel |
| Dependability | 0.605 | Reliabel |
| Stimulation | 0.608 | Reliabel |
| Novelty | 0.609 | Reliabel |

Pada Tabel 12 berikut akan menampilkan hasil uji reliabilitas setiap variabel pada sampel aplikasi OVO.

Tabel 12. Uji Reliabilitas Aplikasi OVO

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----------------|------------------------|------------|
| Attractiveness | 0.642 | Reliabel |
| Perspiciuity | 0.604 | Reliabel |
| Efficiency | 0.601 | Reliabel |
| Dependability | 0.605 | Reliabel |
| Stimulation | 0.608 | Reliabel |
| Novelty | 0.609 | Reliabel |

4.4 Hasil User Experience Questioner (UEQ)

Setelah melakukan transformasi data, dilanjutkan dengan melakukan perhitungan untuk mendapatkan hasil utama dari 26 pertanyaan yang ada dalam UEQ. Perhitungan ini melibatkan mean, varians, dan standar deviasi untuk setiap pertanyaan. Mean merupakan nilai tengah dari semua tanggapan yang dikumpulkan berdasarkan aspeknya masing-masing. Varians menunjukkan seberapa tersebar data. Nilai rata-rata respons berkisar antara -0,8 hingga 0,8. Jika nilainya berada di tengah-tengah, itu artinya evaluasinya netral. Kalau nilainya lebih dari 0,8, berarti evaluasinya

positif. Namun, jika nilainya kurang dari -0,8, maka evaluasinya negatif. Berikut hasil kuesioner yang menampilkan rata-rata respons dari responden terhadap Go-Pay dan OVO untuk setiap variabel penelitian.

1. *Attractiveness*

Variabel *Attractiveness* adalah indikator evaluasi pengalaman pengguna yang menitikberatkan pada kesan keseluruhan terhadap aplikasi Go-Pay dan OVO, mencakup preferensi apakah pengguna menyukai atau tidak terhadap aplikasi tersebut.

Tabel 13. Hasil Analisa Daya Tarik (*Attractiveness*) Aplikasi Go-Pay

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|---|----------------|--------------------|--------------|---------------------|
| ATT1 | Menyusahkan | Menyenangkan | 1,0 | Positif |
| ATT2 | Baik | Buruk | 0,9 | Positif |
| ATT3 | Tidak disukai | Menggembirakan | 1,3 | Positif |
| ATT4 | Tidak nyaman | Nyaman | 1,1 | Positif |
| ATT5 | Atraktif | Tidak Atraktif | 0,8 | Netral |
| ATT6 | Ramah pengguna | Tdk Ramah Pengguna | 0,9 | Positif |
| Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) | | | 1,002 | Positif |

Tabel 14. Hasil Analisa Daya Tarik (*Attractiveness*) Aplikasi OVO

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|---|----------------|--------------------|--------------|---------------------|
| ATT1 | Menyusahkan | Menyenangkan | 1,3 | Positif |
| ATT2 | Baik | Buruk | 0,9 | Positif |
| ATT3 | Tidak disukai | Menggembirakan | 1,1 | Positif |
| ATT4 | Tidak nyaman | Nyaman | 1,3 | Positif |
| ATT5 | Atraktif | Tidak Atraktif | 0,7 | Netral |
| ATT6 | Ramah pengguna | Tdk Ramah Pengguna | 0,7 | Netral |
| Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) | | | 0,978 | Positif |

Berdasarkan Tabel 13 dan 14 di atas, jika dilihat per item pada variabelnya, aplikasi OVO dan Go-Pay pada item atraktif atau tidak atraktif nilai evaluasi yang diperoleh adalah netral, dan pada item ramah pengguna tidak ramah pengguna aplikasi OVO mendapatkan nilai evaluasi netral sedangkan aplikasi Go-Pay mendapatkan nilai evaluasi positif.

2. *Perspicity*

Variabel *Perspicity* menitikberatkan pada sejauh mana kemudahan pemahaman pengguna terhadap penggunaan aplikasi, dengan fokus pada kemampuan pengguna apakah bisa memahami dan terbiasa menggunakan aplikasi Go-Pay dan OVO secara mudah.

Tabel 15. Hasil Analisa Kejelasan (*Perspicity*) Aplikasi Go-Pay

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|--------------------------------------|--------------------|------------------|--------------|---------------------|
| PER1 | Tak dapat dipahami | Dapat dipahami | 1,4 | Positif |
| PER2 | Mudah dipelajari | Sulit dipelajari | 0,5 | Netral |
| PER3 | Rumit | Sederhana | 1,5 | Positif |
| PER4 | Jelas | Membingungkan | 0,5 | Netral |
| Kejelasan (<i>Perspicity</i>) | | | 0,983 | Positif |

Tabel 16. Hasil Analisa Kejelasan (*Perspicity*) Aplikasi OVO

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|--------------------------------------|--------------------|------------------|--------------|---------------------|
| PER1 | Tak dapat dipahami | Dapat dipahami | 1,2 | Positif |
| PER2 | Mudah dipelajari | Sulit dipelajari | 0,8 | Netral |
| PER3 | Rumit | Sederhana | 1,1 | Positif |
| PER4 | Jelas | Membingungkan | 0,7 | Netral |
| Kejelasan (<i>Perspicity</i>) | | | 0,943 | Positif |



Berdasarkan Tabel 15 dan 16 di atas, jika dilihat per item pada variabelnya, pada aplikasi Go-Pay dan OVO sama-sama memiliki nilai evaluasi positif dan netral pada kedua item yang sama.

3. Efficiency

Variabel *Efficiency* merupakan indikator evaluasi pengalaman pengguna yang menekankan kemampuan aplikasi untuk membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan efisiensi dan praktis.

Tabel 17. Hasil Analisa Efisiensi (*Efficiency*) Aplikasi Go-Pay

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|--------------------------------------|---------------|------------|--------------|---------------------|
| EFF1 | Cepat | Lambat | 1,0 | Positif |
| EFF2 | Tidak efisien | Efisien | 1,2 | Positif |
| EFF3 | Tidak praktis | Praktis | 1,3 | Positif |
| EFF4 | Terorganisasi | Berantakan | 0,9 | Positif |
| Efisiensi (<i>Efficiency</i>) | | | 1,088 | Positif |

Tabel 18. Hasil Analisa Efisiensi (*Efficiency*) Aplikasi OVO

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|--------------------------------------|---------------|------------|--------------|---------------------|
| EFF1 | Cepat | Lambat | 0,7 | Netral |
| EFF2 | Tidak efisien | Efisien | 1,1 | Positif |
| EFF3 | Tidak praktis | Praktis | 1,3 | Positif |
| EFF4 | Terorganisasi | Berantakan | 0,6 | Netral |
| Efisiensi (<i>Efficiency</i>) | | | 0,910 | Positif |

Berdasarkan Tabel 17 dan 18 di atas, jika dilihat per item pada variabelnya, Aplikasi OVO dan Go-Pay memiliki nilai evaluasi yang cukup signifikan pada item cepat atau lambat dan terorganisasi atau berantakan, di mana aplikasi OVO memiliki nilai evaluasi netral, sedangkan aplikasi Go-Pay memiliki nilai evaluasi positif

pada kedua item tersebut. Sementara pada item yang lain semuanya memiliki nilai evaluasi positif.

4. Dependability

Variabel *Dependability* menyoroti tingkat kontrol dan keamanan yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi.

Tabel 19. Hasil Analisa Ketepatan (*Dependability*) Aplikasi Go-Pay

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|---|----------------------|-------------------------|--------------|---------------------|
| DEP1 | Tak dapat diprediksi | Dapat diprediksi | 1,0 | Positif |
| DEP2 | Menghalangi | Mendukung | 1,0 | Positif |
| DEP3 | Aman | Tidak aman | 0,6 | Netral |
| DEP4 | Memenuhi ekspektasi | Tdk memenuhi ekspektasi | 0,7 | Netral |
| Ketepatan (<i>Dependability</i>) | | | 0,820 | Positif |

Tabel 20. Hasil Analisa Ketepatan (*Dependability*) Aplikasi OVO

| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Peneliti an |
|---|----------------------|-------------------------|--------------|----------------------|
| DEP1 | Tak dapat diprediksi | Dapat diprediksi | 1,0 | Positif |
| DEP2 | Menghalangi | Mendukung | 1,2 | Positif |
| DEP3 | Aman | Tidak aman | 0,5 | Netral |
| DEP4 | Memenuhi ekspektasi | Tdk memenuhi ekspektasi | 0,6 | Netral |
| Ketepatan (<i>Dependability</i>) | | | 0,798 | Netral |

Berdasarkan Tabel 19 dan 20 di atas, jika dilihat per item pada variabelnya, Pada kode item DEP1 dan DEP2 Go-Pay dan OVO sama-sama memiliki nilai evaluasi positif, kode item DEP3 dan DEP4 Go-Pay dan OVO sama-sama memiliki nilai evaluasi netral.

5. Stimulation

Variabel stimulation merupakan salah satu faktor yang menonjolkan tingkat motivasi dan kepuasan pengguna saat mereka menggunakan aplikasi dalam pengalaman pengguna.

Tabel 21. Hasil Analisa Simulasi (*Stimulation*) Aplikasi Go-Pay

| Ko de | Item | | Me an | Evalua si Penelitian |
|--------------------------------------|-------------|-------------------|--------------|----------------------|
| STI1 | Bermanfaat | Kurang bermanfaat | 0,8 | Netral |
| STI2 | Membosankan | Mengasyikkan | 1,3 | Positif |
| STI3 | Tdk menarik | Menarik | 1,4 | Positif |
| STI4 | Memotivasi | Tdk memotivasi | 0,6 | Netral |
| Simulasi (<i>Stimulation</i>) | | | 1,050 | Positif |

Tabel 22. Hasil Analisa Simulasi (*Stimulation*) Aplikasi OVO

| Ko de | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|--------------------------------------|-------------|-------------------|--------------|---------------------|
| STI1 | Bermanfaat | Kurang bermanfaat | 0,9 | Positif |
| STI2 | Membosankan | Mengasyikkan | 1,2 | Positif |
| STI3 | Tdk menarik | Menarik | 1,2 | Positif |
| STI4 | Memotivasi | Tdk memotivasi | 0,4 | Netral |
| Simulasi (<i>Stimulation</i>) | | | 0,913 | Positif |

Berdasarkan Tabel 21 dan 22 di atas, jika dilihat per item pada variabelnya, aplikasi Go-Pay memiliki nilai evaluasi netral pada kode item STI1 dan STI4 sedangkan pada kode item STI2 dan STI3 memiliki nilai evaluasi positif, kemudian pada aplikasi OVO hanya pada kode item STI4 saja yang

memiliki nilai evaluasi netral selebihnya memiliki nilai evaluasi positif.

6. Novelty

Variabel *novelty* adalah dimensi pengalaman pengguna yang menilai tingkat inovasi dan kreativitas dari aplikasi.

Tabel 23. Hasil Analisa Kebaruan (*Novelty*) Aplikasi Go-Pay

| Kode | Item | | Me an | Evaluasi Peneliti an |
|----------------------------------|---------------|--------------|--------------|----------------------|
| NOV1 | Kreatif | Monoton | 0,8 | Positif |
| NOV2 | Berdaya cipta | Konvensional | 0,2 | Netral |
| NOV3 | Lazim | Terdepan | 0,8 | Positif |
| NOV4 | Konservatif | Inovatif | 0,8 | Positif |
| Kebaruan (<i>Novelty</i>) | | | 0,678 | Netral |

Tabel 24. Hasil Analisa Kebaruan (*Novelty*) Aplikasi OVO

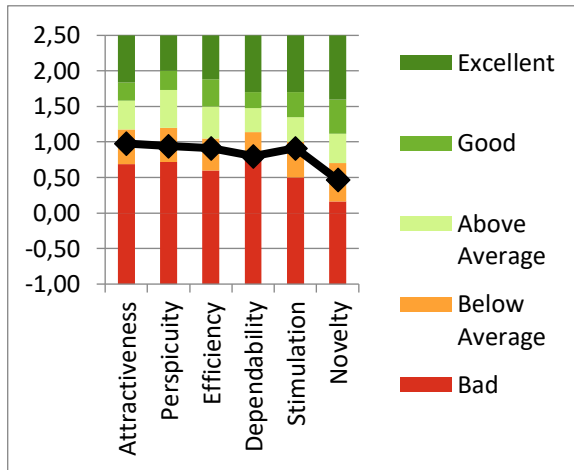
| Kode | Item | | Mean | Evaluasi Penelitian |
|----------------------------------|---------------|--------------|--------------|---------------------|
| NOV1 | Kreatif | Monoton | 0,5 | Netral |
| NOV2 | Berdaya cipta | Konvensional | -0,2 | Netral |
| NOV3 | Lazim | Terdepan | 0,9 | Positif |
| NOV4 | Konservatif | Inovatif | 0,7 | Netral |
| Kebaruan (<i>Novelty</i>) | | | 0,468 | Netral |

Berdasarkan Tabel 23 dan 24 di atas, jika dilihat per item pada variabelnya, pada item berdaya cipta atau konvensional aplikasi Go-Pay dan OVO memiliki nilai evaluasi netral, tetapi pada item lazim atau terdepan keduanya sama-sama bernilai evaluasi positif, kemudian pada item kreatif atau monoton dan konservatif atau inovatif aplikasi Go-Pay lebih mengungguli dengan nilai evaluasi positif sementara aplikasi OVO memiliki nilai evaluasi netral. Pada Tabel 25 diperlihatkan rata-rata keseluruhan variabel pada aplikasi Go-Pay.

Tabel 25. Scale Means Aplikasi Go-Pay

| UEQ Scales (Mean and Variance) | | |
|--------------------------------|-------|------|
| Attractiveness | 1,002 | 1,44 |
| Perspicuity | 0,983 | 1,62 |
| Efficiency | 1,088 | 1,42 |
| Dependability | 0,820 | 1,35 |
| Stimulation | 1,050 | 1,57 |
| Novelty | 0,678 | 0,97 |

Semua fitur dalam aplikasi Go-Pay, termasuk daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan presisi, serta dampaknya, memberikan kesan positif. Namun, dalam hal inovasi, aplikasi ini dianggap netral. Untuk detail lebih lanjut tentang perbandingan aplikasi Go-Pay, dapat ditemukan dalam Gambar 3 di bawah ini:



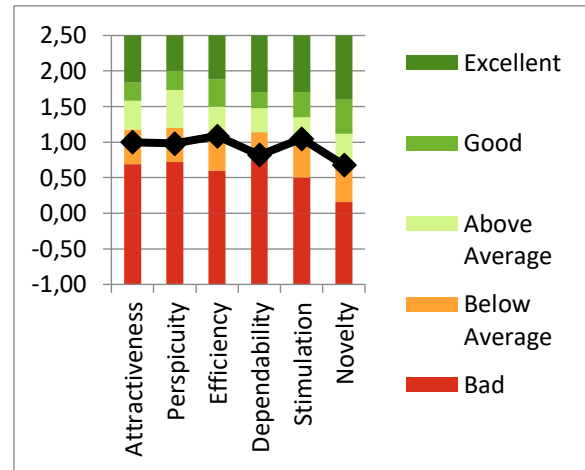
Gambar 3. Benchmark Aplikasi Go-Pay

Pada Tabel 26 di bawah ini akan menampilkan rata-rata aplikasi OVO.

Tabel 26. Scale Means Aplikasi Go-Pay

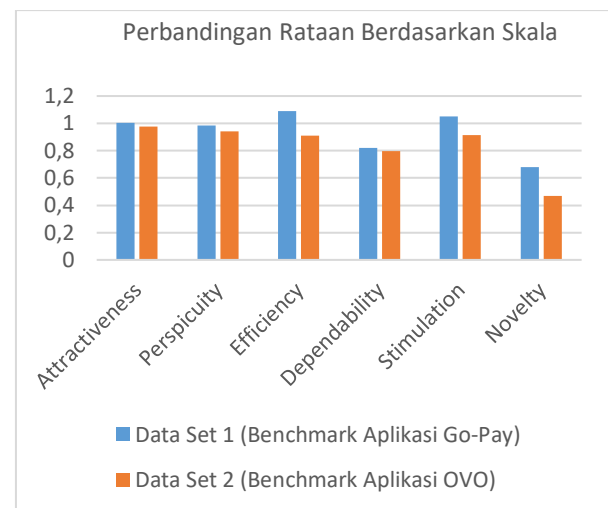
| UEQ Scales (Mean and Variance) | | |
|--------------------------------|-------|------|
| Attractiveness | 0,978 | 1,31 |
| Perspicuity | 0,943 | 1,45 |
| Efficiency | 0,910 | 1,29 |
| Dependability | 0,798 | 1,26 |
| Stimulation | 0,913 | 1,59 |
| Novelty | 0,468 | 0,86 |

Pada Gambar 4 dapat dilihat bahwa OVO mendapat penilaian baik pada aspek daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan stimulasi, tetapi ketepatan dan kebaruan dinilai netral.



Gambar 4. Benchmark Aplikasi OVO

Grafik perbandingan hasil rata-rata aplikasi Go-Pay (Data Set 1 Tabel 25) dan aplikasi OVO (Data set 2 Tabel 26) berdasarkan skala UEQ dapat dilihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Grafik Perbandingan Berdasarkan Skala

Rata-rata setiap skala UEQ pada masing-masing aplikasi dilakukan uji *benchmark*, dapat disimpulkan bahwa pada aplikasi Go-Pay untuk skala *attractiveness* dengan rata-rata $\geq 1,00$ termasuk kategori *below average*, skala *perspicuity* dengan rata-rata $\geq 0,98$ termasuk kategori *below average*, skala *efficiency* dengan rata-rata $\geq 1,09$ termasuk kategori *above average*, skala *dependability* dengan rata-rata $\geq 0,82$ termasuk kategori *below average*, skala *stimulation* dengan rata-rata $\geq 1,05$ termasuk kategori *above average*, dan skala *novelty* dengan rata-rata $\geq 0,68$ termasuk kategori *below average*.

Sementara pada aplikasi OVO untuk skala *attractiveness* dengan rata-ran $\geq 0,98$ termasuk kategori *below average*, skala *perspicuity* dengan rata-ran $\geq 0,94$ termasuk kategori *below average*, skala *efficiency* dengan rata-ran $\geq 0,91$ termasuk kategori *below average*, skala *dependability* dengan rata-ran $\geq 0,80$ termasuk kategori *below average*, skala *stimulation* dengan rata-ran $\geq 0,91$ termasuk kategori *below average*, dan skala *novelty* dengan rata-ran $\geq 0,47$ termasuk kategori *below average*.

5. Kesimpulan

Penelitian ini secara keseluruhan mengevaluasi pengalaman pengguna (UX) dan memberikan wawasan tentang bagaimana penilaian terhadap aplikasi e-wallet Go-Pay dan OVO. Penelitian menggunakan kuesioner UEQ yang terdiri dari 26 pertanyaan yang mencakup enam aspek, yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan untuk mengukur UX. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai hasil evaluasi pada setiap aspek UEQ dengan memanfaatkan UEQ Data Analysis Tools, disimpulkan bahwa pada aplikasi Go-Pay untuk skala *attractiveness* dengan rata-ran $\geq 1,00$ termasuk kategori *below average*, skala *perspicuity* dengan rata-ran $\geq 0,98$ termasuk kategori *below average*, skala *efficiency* dengan rata-ran $\geq 1,09$ termasuk kategori *above average*, skala *dependability* dengan rata-ran $\geq 0,82$ termasuk kategori *below average*, skala *stimulation* dengan rata-ran $\geq 1,05$ termasuk kategori *above average*, dan skala *novelty* dengan rata-ran $\geq 0,68$ termasuk kategori *below average*. Sementara pada aplikasi OVO untuk skala *attractiveness* dengan rata-ran $\geq 0,98$ termasuk kategori *below average*, skala *perspicuity* dengan rata-ran $\geq 0,94$ termasuk kategori *below average*, skala *efficiency* dengan rata-ran $\geq 0,91$ termasuk kategori *below average*, skala *dependability* dengan rata-ran $\geq 0,80$ termasuk kategori *below average*, skala *stimulation* dengan rata-ran $\geq 0,91$ termasuk kategori *below average*, dan skala *novelty* dengan rata-ran $\geq 0,47$ termasuk kategori *below average*.
2. Kedua aplikasi yaitu Go-Pay dan OVO memiliki perbedaan yang signifikan pada

semua skala rata-rata (*mean*) di mana untuk skala daya tarik (*attractiveness*) pada aplikasi Go-Pay dengan rata-rata 1.002 sedangkan OVO memiliki rata-rata 0.978, kemudian skala kejelasan (*perspicuity*) pada aplikasi Go-Pay dengan rata-rata 0,983, sedangkan OVO memiliki rata-rata 0.943, lalu skala efisiensi (*efficiency*) pada aplikasi Go-Pay dengan rata-rata 1.088, sedangkan OVO memiliki rata-rata 0.910, berikutnya skala ketepatan (*dependability*) pada aplikasi Go-Pay dengan rata-rata 0,820, sedangkan OVO memiliki rata-rata 0.798, selanjutnya skala stimulasi (*stimulation*) pada aplikasi Go-Pay dengan rata-rata 1.050, sedangkan OVO memiliki rata-rata 0.913, dan terakhir skala kebaruan (*novelty*) pada aplikasi Go-Pay dengan rata-rata 0.678, sedangkan OVO memiliki rata-rata 0.468. Hal itu jelas menandakan bahwa aplikasi OVO lebih banyak membutuhkan peningkatan di setiap skala aspeknya, karena jika dibandingkan dengan aplikasi Go-Pay, aplikasi OVO masih menunjukkan perbedaan yang signifikan pada beberapa skala UEQ.

3. Aplikasi Go-Pay dan OVO masih perlu melakukan peningkatan pada berbagai aspeknya, dengan maksud supaya pengguna merasa senang dan tetap menggunakan aplikasinya, sehingga aplikasi e-wallet Go-Pay dan OVO tidak kalah saing dengan aplikasi e-wallet lainnya.

Referensi

- Alawiyah, F. F., & Canta, D. S. (2022). Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 344–350.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Antasari, D. A. (2020). Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Kota Kediri). *Jurnal Manajemen*, 10, 8–15.
- Arkan, Z. M., Gandhi, A., & Kurniati, A. P. (2023). Evaluasi dan Perancangan Ulang User Experience Pada Aplikasi Media Sosial Xyz Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *EProceedings of Engineering*, 10(5), 5080–5086.



- Chatterjee, D., & Bolar, K. (2019). Determinants of mobile wallet intentions to use: The mental cost perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35(10), 859–869.
- Danuarta, G. L. N., & Darma, G. S. (2019). Determinants of Using Go-Pay and its Impact on Net Benefits. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11), 173–182. www.ijisrt.com
- Dewi, S. K., & Ummah, D. M. (2019). Perbaikan Kualitas Pada Produk Genteng Dengan Metode Six Sigma. *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 87–92.
- Hassan, M. A., & Shukur, Z. (2019). Review of digital wallet requirements. *2019 International Conference on Cybersecurity (ICoCSec)*, 43–48.
- Hendrawan, N. O., Jonemaro, E. M. A., & Ananta, M. T. (2023). Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Halodoc dan Alodokter menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1030–1038.
- Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Komputer Terapan*, 6(1), 69–78.
- Huda, N., Habrizons, F., Satriawan, A., Iranda, M., & Pramuda, T. (2023). Analisis Usability Testing Menggunakan Metode Sus (System Usability Scale) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 8(2), 208–220.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82–97.
- Nariyari, T. B., Fakhri, M., & Kumalasari, A. D. (2023). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty OVO E-Wallet Users*. 3862–3872. <https://doi.org/10.46254/an12.20220714>
- Parwita, W. G. S., Indradewi, I. G. A. A. D., Ariantini, M. S., Ginantra, N. L. W. S. R., & Putra, I. K. A. (2022). Penerapan Metode E-Service Quality Terhadap Pengukuran Tingkat Kepuasan Penggunaan Marketplace. *SINTECH (Science and Information Technology) Journal*, 5(2), 218–226.
- Putri, A. E. J., & Octavatiya, A. J. (2023). Perilaku Keuangan Pengguna E-Wallet di Kudus: Financial Technology, Demografi, Literasi Keuangan Dan Lifestyle Sebagai Prediktor. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL (EKOBIL)*, 2(2), 8–15.
- Putri, I. K., Wijoyo, S. H., & Mursityo, Y. T. (2019). Analisis Usability dan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi pemesanan Budget Hotel Menggunakan User Experience questionnaire (UEQ)(Studi Kasus Pada Airy Rooms). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(7), 6748–6756.
- Schrepp, M. (2023). *User Experience Questionnaire Handbook v10(03.05.2023)*. September 2015. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2815.0245>
- Schrepp, M., & Thomaschewski, J. (2019). Handbook for the modular extension of the User Experience Questionnaire. *Mensch & Computer*, 1–19.
- Suleman, N. (2022). Analysis of students' ability in the cognitive domain in electrolyte and non-electrolyte solutions in SMA. *Seminar Nasional Pendidikan Pra-Munas ISPI VIII*, 75–83.
- Sutanti, A., MZ, M. K., Mustika, M., & Damayanti, P. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Perpustakaan Keliling Menggunakan Pendekatan Terstruktur. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.34010/komputa.v9i1.3718>
- Taslim, W. S., & Felita, N. (2022). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Pengguna E-Wallet OVO Dan Go-Pay Di Pontianak. *Obis*, 4(1), 13–21.
- Ula, M., Tjut Adek, R., & Bustami, B. (2021). Emarketplace Performance Analysis Using PIECES Method. *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, 1(4), 1–6. <https://doi.org/10.52088/ijesty.v1i4.138>
- Ulkhqa, M. M., Cahyo, A., Rustanti, A., Gobel, L., Dasmimar, M., & Wijaya, E. V. (2021). Service quality assessment of e-wallet. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, October 2019*, 1985–1994.

