

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Penelitian Farouqi, Aknuranda, & Herlambang (2018) yang berjudul “Evaluasi *Usability* pada Aplikasi Gojek dengan Menggunakan Metode Pengujian *Usability*”. Penelitian ini dibuat untuk menggali masalah dan mengevaluasikan tingkat yang ada di aplikasi Gojek Indonesia dengan metode *Usability*, penelitian ini juga mengukur tingkat kemudahan, kecepatan, kesalahan, dan kepuasan pengguna di aplikasi Gojek Indonesia.

Penelitian Khakim & Sharif (2018) yang berjudul “Analisis *User Experience* Aplikasi Go-Jek Menggunakan Heart Metrics”. Penelitian ini dibuat supaya mengetahui bagaimana cara UX aplikasi Gojek menggunakan Heart Metrics sub variable dengan *Engagement, Retention, Adoption, Happiness, dan Task Success* dengan menggunakan teknik analisis deskriptif untuk mengetahui hasil penelitian bahwa UX aplikasi Gojek telah berhasil menciptakan pengalaman baik bagi pengguna Gojek.

Penelitian Chan, Maharani, & Tresna (2017) yang berjudul “Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Go-Jek dan Grab (Studi pada Konsumen PT. Go-Jek dan PT. Grab Indonesia di DKI Jakarta)”. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan pengalaman pengguna pada aplikasi Gojek dengan melakukan survei untuk mengetahui pengalaman yang dirasakan oleh pengguna, metode yang digunakan adalah analisis deskriptif komparatif.

Penelitian Wongso & Sari (2020) yang berjudul “Analisa UX Writing terhadap *User Experience* pada Pengguna Aplikasi Grab”. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari UX Writing yang penelitian oleh UX Writer aplikasi Grab terhadap *User Experience* kepada pengguna aplikasi Grab. menggunakan Brand, Branding, *User Experience*, dan UX Writing sebagai teori penelitiannya. Pada penelitian ini, penulis menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Menggunakan pre-test sebagai tahap penelitian kepada 30 responden, kemudian melakukan post-test kepada 100 responden. Hasil pengolahan data menunjukkan

bahwa terdapat pengaruh dari variabel UX Writing (X) terhadap variabel *User Experience* (Y) pada pengguna aplikasi Grab.

Penelitian Rahadi (2015) yang berjudul “Pengukuran *Usability* Sistem Menggunakan *Use Questionnaire* pada Aplikasi Android”. Penelitian ini menganalisis tentang apakah android memiliki akseptabilitas dengan metode *Usability*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa nilai penerimaan *Usability* oleh user berada diatas angka 3 didalam skala 5.

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

Peneliti	Tahun	Kesimpulan
Farouqi <i>et al</i>	2018	Penelitian ini bertujuan untuk menggali permasalahan <i>usability</i> apa saja yang ada pada aplikasi Gojek Indonesia dan mengevaluasi tingkat <i>usability</i> pada aplikasi Gojekj Indonesia yang termasuk mengukur sejauh mana tingkat kemudahan, tingkat kecepatan, tingkat kesalahan, dan tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi Gojek Indonesia.
Khakim & Osa	2018	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana <i>user experience</i> aplikasi Gojek menggunakan HEART Metrics dengan sub-variabel <i>Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success</i> dimana menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan suatu peristiwa yang terjadi pada saat sedang dilakukan penelitian secara sistematis mengambil sampel 400 pengguna aplikasi Gojek yang disebarakan secara <i>online</i> melalui media sosial dan instant messenger.
Chan <i>et al</i>	2017	Penelitian ini menguji perbandingan pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) pada mobile apps Go-Jek dan Grab dengan melakukan survei untuk mencari perbedaan pengalaman yang dirasakan oleh satu kelompok pengguna kedua aplikasi.
Wongso & Wulan	2020	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari UX Writing yang dilakukan oleh UX Writer aplikasi Gojek terhadap <i>User Experience</i> kepada pengguna aplikasi Grab.
Rahadi	2015	Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah aplikasi Android memiliki akseptabilitas berdasarkan kriteria <i>usability</i> .

2.2. Landasan Teori

2.2.1. E-Commerce

E-commerce adalah aktifitas pemasaran, penjualan, jasa melalui jaringan komputer, internet, dan juga bisa disebut dengan belanja online (Nugroho & Sutrisno, 2019). E-commerce juga mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Landaoe &

Puspita Kencana Sari, S. Kom., 2018):

1. Business to consumer (B2C)
Contoh dari B2C adalah market creators, transaction broker, community provider, online retails, dan portal.
2. Business to business (B2B)
Contoh dari B2B adalah distributor dan perusahaan.
3. Consumer to consumer (C2C)
Bisnis online yang dilakukan secara penjualan ke konsumen lain.
4. Peer to peer (P2P)
Bisnis online yang dilakukan dimana pengguna berbagi file dan sumber daya secara langsung tanpa harus lewat server dari e-commerce.
5. Mobile commerce
Contoh dari mobile commerce yaitu penggunaan laptop dan smartphone yang berhubungan dengan jaringan internet.

2.2.2. User Experience (UX) dan User Interface (UI)

UX ialah pengalaman terhadap jasa atau produk yang biasanya muncul pada pengguna ketika menggunakannya di dunia nyata. Ketika pengembangan dilakukan maka pengguna harus memberikan perhatian terhadap jasa dan produk. UX adalah respon seseorang dan pendapatnya dari sistem, jasa, atau produk. UX Writer adalah seseorang yang mempunyai harapan untuk mempermudah dalam memakai suatu produk, salah satu contohnya adalah aplikasi. Caranya dengan merangkai kata-kata yang secukupnya dan tidak membuat pengguna produk merasa bosan. Tugas dari UX Writer adalah membuat User Experience (Wongso & Sari, 2020).

UI merupakan suatu faktor yang sangat penting dalam membangun sebuah aplikasi, jika tanpa menyiapkan dan merancang yang matang maka aplikasi tersebut tidak bisa berjalan secara baik. UI merupakan tampilan yang bisa digerti oleh pengguna dan deprogram sedemikian hingga dapat dibaca oleh sistem (Aziza & Hidayat, 2019).

2.2.3. User Satisfaction

Menurut Haryanto & Widyastuti (2018) kepuasan pengguna ialah dimana seseorang merasa bahagia atau kecewa yang bermula dari kesan terhadap kemampuan atau hasil sebuah produk dan impiannya. Kepuasan pengguna juga sering digunakan untuk mengukur pengganti efektif system ifnomasi. Jika sistem sudah efektif maka akan digolongkan sebagai salah satu yang memberikan nilai tambahan bagi perusahaan dan bisa meningkatkan pengambilan keputusan, dan meningkatkan prouktivitas.

2.2.4. Usability

Usability adalah tingkat kualitas yang sangat mudah digunakan dan sistemnya sebagai alat bantu dalam menyelesaikan tugas. Website usability merupakan indicator yang dapat menghasilkan website yang berinteraksi dalam pembuatan tugas tertentu (Hartati & Nurul Huda, 2019).

Website Usability sangatlah penting dalam sebuah situs supaya bisa bertahan. Jika ada situs yang gagal maka akan menunjukkan secara jelas, cenderung bisa lebih membantu pengguna dalam meninggalkan situs dan beralih ke situs lain.

2.2.5. Information Quality

Quality Sistem atau bisa juga disebut dengan Kualitas informasi ialah suatu proses pengukuran di Sistem Informasi yang biasanya fokus dengan hasil interaksi antara informasi dan pengguna. Kualitas informasi juga mempunyai atribut, yaitu ketersediaan peralatan factor yang untuk menentukan mengapa sebuah sistem informasi digunakan atau tidak digunakan (Pawirosumarto, 2016).

2.2.6. Service Interaction Quality

Service interaction quality berupa suatu kualitas yang bernyangkut terhadap perasaan pengguna terhadap pengalaman di bagian interaks dan pelayanan (Yulandari, Winarno, & Nasiri, 2018).