

Perancangan Ulang User Interface Aplikasi Mobile Platform E-Commerce (Kudo) melalui Evaluasi User Experience untuk Peningkatan Ketertarikan Pengguna = User Interface Redesign of E-Commerce Platform Mobile Application (Kudo) through User Experience Evaluation to Increase User Attraction

Dea Indriyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444337&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna smartphone telah merubah gaya hidup masyarakat Indonesia kearah digital, salah satunya dalam berbelanja online. Beberapa hambatan dalam perkembangan e-commerce di Indonesia mendorong munculnya aplikasi mobile platform e-commerce model online-to-offline untuk memecahkan hambatan ini. Persaingan antara berbagai jenis e-commerce di Indonesia telah membuat para pelaku e-commerce gencar melakukan strategi untuk menarik masyarakat memilih dan menggunakan e-commercenya. User experience (UX) merupakan faktor yang sangat penting bagi sebuah aplikasi dalam memberikan kesan pertama tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan melalui interaksi antara pengguna dengan produk. Efektivitas, efisiensi, error, satisfaction, attractiveness, visual appeal merupakan dimensi UX yang paling berpengaruh dalam memberikan persepsi kepada pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi UX aplikasi mobile platform e-commerce dengan menggunakan pendekatan performance metrics, self-reported metrics, behavioral metrics, dan issue-based metrics yang menilai kinerja, persepsi, perilaku, dan mengeluarkan apa yang dirasakan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi serta mengetahui pengaruh pengalaman pada penggunaan aplikasi. Berdasarkan hasil evaluasi, ditemukan dalam dimensi efisiensi dan visual appeal faktor pengalaman berpengaruh secara signifikan, serta ditemukan bahwa penilaian pengguna terhadap aplikasi berada dalam kategori yang belum baik terutama pada interface. Oleh karena itu, dilakukan perancangan ulang user interface (UI) menggunakan prinsip-prinsip desain UI dan Activity Relationship Chart (ARC) dengan mengkombinasikan elemen-elemen UX yang telah dievaluasi dengan tujuan untuk peningkatan ketertarikan pengguna.

<hr>

ABSTRACT

The growth of smartphone users have changed Indonesian society lifestyle towards digital, one of the strongest is to shop online. Some of the obstacles in e-commerce expansion in Indonesia has encourage the emergence of online-to-offline e-commerce platform mobile applications to tackle this barrier. Competition between the various types of e-commerce in Indonesia has made actors of e-commerce aggressively pursuing a strategy to attract the public to choose and use their e-commerce. User experience (UX) is a very important factor for an application to give a first impression about the company and products offered through the interaction between user and product. Effectiveness, efficiency, error, satisfaction, attractiveness, and visual appeal is the most influential UX dimensions in giving the perception to the user. This study aims to evaluate UX e-commerce platform mobile application by using performance metrics, self-reported metrics, behavioral metrics, and issue-based metrics approach that assess performance, perception, behavior, and filter out user feels as a result of the interaction with applications, and also reveal

the effect of experience in using the application. Based on the evaluation, it was found in the dimensions of efficiency and visual appeal was significantly affect by experience factor, and the result indicate the user perception about the application was not good enough, especially on the interface design. Therefore, user interface (UI) redesign was developed using the principles of UI design and Activity Relationship Chart (ARC) by combining the UX elements that have been evaluated, in order to increase user attraction.