

Analisis User Experience Aplikasi McDonald's Dengan Menggunakan Metode User Experience Questionnaire

Rida Rahmawati¹, Nabila Rizky Oktadini²

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya

¹ridarahmawati022@gmail.com, ²nabilarizky@unsri.ac.id

Abstract

This study aims to identify and analyze user experience on the McDonald's application. The research employs the User Experience Questionnaire method, wherein researchers conduct surveys by distributing questionnaires to the public online using Google Forms containing questions about user experience. Additionally, observations are made by examining McDonald's application reviews on the App Store and Play Store. To determine the population of McDonald's application users, the Lemeshow formula is used, concluding that a minimum sample of 96 respondents is required. The results of the User Experience measurement on the McDonald's application reveal negative categories for all variable categories, including Attractiveness, Clarity, Efficiency, Accuracy, Stimulation, and Novelty, with scores below 0.8. The McDonald's application receives negative scores in providing user experiences regarding attractiveness with a score of -0.76, pragmatic quality with a score of -0.85, and hedonic quality with a score of -0.85. Based on these analyses, users do not perceive motivating and functional user experience quality. Therefore, McDonald's application needs to conduct in-depth analyses of each evaluation category and identify root causes of issues in the McDonald's application. Additionally, it should tailor to users' needs, listen to user suggestions, and communicate future improvement plans to be more relevant and beneficial to users.

Keywords: analysis, user experience questionnaire, user experience, application, McDonald's

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan melakukan analisis terhadap pengalaman pengguna (*user experience*) pada aplikasi McDonald's. Penelitian ini menggunakan metode *User Experience Questionnaire* dimana peneliti melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat secara daring dengan menggunakan media *google form* yang berisi instrumen pertanyaan mengenai pengalaman pengguna dan juga observasi dengan mengamati ulasan aplikasi McDonald's pada Appstore dan Playstore. Untuk mengetahui populasi pada pengguna aplikasi McDonald's sehingga digunakan rumus *Lemeshow* dengan disimpulkan bahwa sampel yang akan digunakan minimal berjumlah 96 responden. Hasil pengukuran *User Experience* pada aplikasi McDonald's memiliki kategori yang negatif pada semua kategori variabel dari Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketepatan, Stimulasi, dan juga Kebaruan memiliki skor nilai kurang dari 0,8. Aplikasi McDonald's mendapatkan nilai skor yang negatif dalam memberikan pengalaman pengguna dengan aspek daya tarik dengan nilai -0,76, kualitas pragmatis dengan nilai -0,85 dan kualitas hedonis dengan nilai -0,85. Berdasarkan hasil analisis tersebut pengguna tidak merasakan kualitas pengalaman pengguna yang memotivasi dan fungsionalitas, oleh karena itu aplikasi McDonald's perlu melakukan analisis mendalam terhadap setiap kategori evaluasi dan identifikasi akar penyebab masalah pada aplikasi McDonald's. serta melakukan kesesuaian pada pengguna, mendengarkan saran pengguna dan menyampaikan rencana perbaikan kedepannya agar lebih relevan dan bermanfaat bagi para pengguna.

Kata kunci: analisis, kuesioner pengalaman pengguna, pengalaman pengguna, aplikasi, McDonald's

©This work is licensed under a Creative Commons Attribution - ShareAlike 4.0 International License

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya teknologi informasi secara pesat, maka akan mengalami banyak kemajuan dan pertumbuhan yang sangat cepat pula. Persaingan pada perusahaan yang menyediakan layanan antar makanan untuk mempermudah kegiatan transaksi secara virtual. Melalui hadirnya teknologi ini, menyebabkan suatu dampak yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan aktivitas kegiatannya secara cepat, efektif, efisien, dan praktis, terkhusus pada kegiatan jual-beli [1]. Dengan demikian, adanya suatu dampak tersebut, kemudian menjadi suatu tuntutan yang melahirkan banyaknya jasa layanan pesan antar makanan secara *online* sebagai solusi atau upaya terhadap tuntutan tersebut, yang juga dapat diketahui sebagai *Online Food Delivery* (OFD).

Pada masyarakat Indonesia, pengguna jenis layanan ini berjumlah dengan kisaran 58% dari total keseluruhan penduduk Indonesia yang digunakan melalui aplikasi secara *online*, yang pada umumnya terdapat di satu aplikasi atau aplikasi makanan cepat saji restoran itu sendiri dan mengakibatkan transaksi ini meningkat sebesar 20% dibandingkan sebelum pandemi *Covid19* [2].

Maraknya jasa *Online Food Delivery* (OFD) ini membuat perusahaan makanan cepat saji turut menyesuaikan perkembangan tersebut, dengan membuat perkembangan terkait atas jasa layanan pesan antar makanan yang menyesuaikan khusus terhadap produknya sendiri dan secara masif memberikan promosi atau diskon terhadap produknya yang khusus untuk pemakaian jasanya mereka [3]. Contohnya pada

aplikasi Mcdonald's yang juga menyediakan jasa layanan pesan antar makanan dalam aplikasinya.

Pada suatu aplikasi, tentu akan memiliki adanya *user interface* maupun *user experience*, termasuk dalam aplikasi *Online Food Delivery* (OFD) yang dalam tampilan tersebut akan menggambarkan mengenai keunikan yang akan membawa pada kepuasan serta keinginan atau tujuan mereka [4]. Akan tetapi, hal tersebut tidak sesuai dengan apa yang pengguna aplikasi Mcdonald's rasakan. Para pengguna aplikasi tersebut memberikan keluhan atas sistem aplikasi beserta kualitas layanannya yang dinilai kurang baik atau pengguna tidak merasakan kepuasan. Hal ini dapat dilihat pada hasil *rating* dan juga ulasan pada aplikasi *Appstore* maupun *Playstore*, Aplikasi McDonald's di *Appstore* memiliki *rating* 3,1 sedangkan 3,4 pada aplikasi *Playstore*.

Beberapa ulasan di *Appstore* dan juga *Playstore* menyatakan bahwa sangat sulit dalam penggunaan aplikasi McDonald's, buruknya kualitas pelayanan aplikasi Mcdonald's yang diberikan, lalu adanya ketidakpuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Mcdonald's yang dinilai sering mengalami *lag*, pengguna tidak bisa melihat menu apa saja dikarenakan gambar menu tidak muncul saat ingin memesan, dan juga pengguna tidak dapat melakukan pelacakan atas pesannya atau pengantarannya sebab tidak adanya fitur yang mendukung hal tersebut. Pada saat memesan langsung dari McDonald's, banyak juga pengguna yang menggunakan aplikasi lain seperti aplikasi Gofood di Gojek, aplikasi Grabfood di Grab, dan aplikasi Shopeefood di Shopee [5], dapat disimpulkan bahwa pengguna lebih memilih memesan melalui aplikasi lain selain McDelivery di aplikasi McDonald's.

Perlu diketahui banyak faktor yang mempengaruhi ketertarikan pengguna terhadap suatu aplikasi, yaitu *user interface* dan *user experience*. Setiap aplikasi memiliki *user interface* yang berbeda dan memiliki ciri khas yg berbeda-beda sesuai fungsi dan kebutuhannya [6]. Sistem yang dapat memberikan interaksinya kepada pengguna melalui suatu perintah yang dapat berupa konten ataupun input data disebut dengan *User Interface* (UI). Sedangkan untuk peristiwa yang dialami oleh pengguna berdasarkan pengalamannya saat menggunakan aplikasi yang berhubungan dengan perilaku, persepsi, reaksi, pikiran, dan emosi pengguna tersebut disebut sebagai *User Experience* (UX) [7].

Menurut Wijaya et al, 2021 dalam penelitiannya yang berjudul Analisis dan Evaluasi pengalaman pengguna Patik Bali dengan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dengan menggunakan metode UEQ dan *tools* yang telah tervalidasi dalam penelitian sehingga siap digunakan dan memperoleh hasil yang mempunyai akurasi yang sangat baik. Hasil yang didapat yaitu diperoleh dua parameter dengan nilai *above average* untuk stimulasi dan kebaruan, sehingga perlu dilakukan pengembangan antarmuka pengguna untuk sistem informasi tersebut [8].

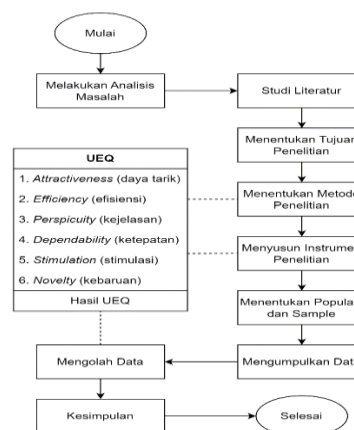
Menurut Erna Haerani pada penelitian yang berjudul Analisis *User Experience* Aplikasi Peduli Lindungi untuk Menunjang Proses Bisnis Berkelanjutan, walau penggunaan aplikasi Peduli Lindungi namun belum diketahui Tingkat penerimaan aplikasi ini dikalangan Masyarakat, maka perlu dilakukan Analisa pada aplikasi Peduli Lindungi dari segi pengalaman pengguna dengan menggunakan *User Experience Questionnaire*. Hasil dari penelitian ini mendaptkan 6 skala yang sangat rendah, terutama pada skala ketepatan dengan nilai *bad* atau buruk [9].

Dalam melakukan tolak ukur atas pengalaman pengguna, maka dapat menggunakan salah satu metode yang disebut *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode ini membuat kemungkinan untuk dapat menilai dengan cepat mengenai pengalaman pengguna terhadap semua produk interaktif [10].

Berkaitan dengan pengalaman pengguna pada permasalahan diatas, penulis ingin melakukan penilaian pengalaman pengguna aplikasi McDonald's dengan melakukan 6 aspek *user experience* yang terletak pada daya tariknya, efisiensinya, kejelasannya ketepatannya, stimulasinya, dan kebaruannya [11]. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengalaman pengguna yang dialami ketika menggunakan aplikasi McDonald's dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) sehingga mampu memberi masukan pada pihak McDonald's atas komentar pengguna terhadap pengalamannya dalam menggunakan aplikasi tersebut, sehingga akan mampu membawa peningkatan terhadap kualitas produk, terkhusus pada tampilan *user interface* beserta pengalaman penggunanya.

2. Metode Penelitian

Pada Penelitian ini, peneliti menjadikan McDonald's sebagai platform sebagai objek penelitian dalam menganalisis pengalaman pengguna aplikasi McDonald's jika diukur menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Untuk dapat meneliti, maka dalam hal ini, penulis menggunakan alur penelitian atau proses yang diuraikan pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Berdasarkan gambar 1, maka dapat diuraikan alur penelitian pada aplikasi McDonald's dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) :

2.1. Melakukan Analisis Data

Pada tahap analisis masalah ini, penulis menemukan beberapa permasalahan yang terjadi pada aplikasi McDonald's. Karena banyak pengguna merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi McDonald's yang rumit dan membingungkan, aplikasi McDonald's sering kali menghadapi masalah teknis seperti kecepatan memuat halaman yang sangat lambat dan juga sering terjadi *error*. Aplikasi McDonald's juga memperbarui secara tidak konsisten dan menghapus fitur-fitur yang berguna, sehingga membuat pengguna merasa tidak puas.

2.2. Studi Literatur

Pada tahapan ini, dilakukannya pencarian informasi oleh penulis terkait metode yang akan dipergunakan dan permasalahan penelitian pada buku, majalah, artikel, maupun pada penelitian-penelitian sebelumnya. Setelah selesai dan familiar dengan metode serta permasalahan apa saja yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini, peneliti akan dapat menjelaskan pengalaman pengguna dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

2.3. Menentukan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan analisis masalah diatas adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengalaman pengguna yang ditemui pengguna pada saat menggunakan aplikasi McDonald's, melalui metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

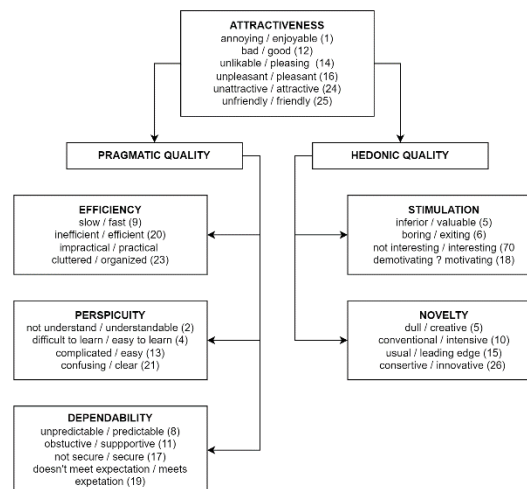
2.4. Menentukan Metode Penelitian

Penelitian diawali dengan menganalisis masalah dan mengidentifikasi dan melakukan analisis atas pengalaman pengguna dengan menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang akan menentukan kepuasan konsumen. Penelitian ini akan fokus pada enam dimensi, yaitu pada daya tariknya, efisiensinya, kejelasannya ketepatannya, stimulasinya, dan kebaruannya terhadap kepuasan konsumen.

2.5. Menyusun Instrumen Penelitian

Untuk menyusun instrumen penelitian ini digunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang dilakukan berdasarkan pada aspek daya tarik, *Pragmatic Quality*, dan *Hedonic Quality*, dengan komponen atau parameter yang diantaranya adalah melalui daya tariknya, efisiensinya, kejelasannya ketepatannya, stimulasinya, dan kebaruannya [12]. Pada Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) memiliki enam aspek penilaian yang dikelompokkan menjadi 6 skala dari 26 atribut, dalam pembagian menjadi 6 skala tersebut mampu dibagi kelompok menjadi 2 kategori yaitu pragmatis dan hedonis [13].

Adapun Kerangka *User Experience Questionnaire* (UEQ) dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kerangka *User Experience Questionnaire* (UEQ)

2.6 Menentukan Populasi dan Sample

Populasi penelitian ini meliputi keseluruhan pelanggan yang menggunakan aplikasi McDonald's. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan metode survei yang melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Karena keterbatasan dan kesulitan yang terkait dengan pengumpulan pengguna aplikasi McDonald's karena tidak diketahui jumlahnya, maka sampel akan diukur berdasarkan rumus *Lemeshow* [14]. Dalam penelitiannya penulis menggunakan metode *Lemeshow* karena metode ini tidak memakan banyak waktu dan lebih efektif. Penggunaan Rumus *Lemeshow* adalah untuk mampu membuat perhitungan sampel pada kondisi populasi yang tidak diketahui. Rumusnya yaitu :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \quad (1)$$

Dengan n adalah jumlah sample, z adalah nilai *standart* yaitu 1,96, p adalah maksimal estimasi yaitu 50% atau sama dengan 0,5 dan d adalah alpha (0,10) atau *sampling error* 10.

$$n = \frac{1,64 \times 0,5 (1-0,5)}{0,05^2} = 96 \text{ sampel} \quad (2)$$

Hasil yang diperoleh kemudian sesuai dengan jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini dengan melibatkan 96 responden yang kemudian akan dikumpulkan sehingga berjumlah 100 responden. Adapun penggunaan rumus *Lemeshow* (1997) ini disebabkan populasi sasarannya sangat besar dan sering kali terjadi perubahan pada jumlah populasi [15].

2.7 Mengumpulkan Data

Penulis melakukan 2 cara pengumpulan data yaitu dengan observasi dengan mengamati ulasan aplikasi McDonald's pada *Appstore* dan *Playstore* dan juga Penyebaran kuesioner *User Experience Questionnaire*

(UEQ) Penulis juga mengumpulkan data melalui metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Setiap pertanyaan UEQ memiliki arti yang antonim, contohnya menyenangkan atau menyusahkan. Masing-masing pertanyaan diberi skor pada skala 1-7. Ada sebuah lingkaran antara dua kata yang mewakili skala dalam pertanyaan UEQ. Responden dapat menunjuk lingkaran yang sesuai dengan pengalaman pengguna [16]. Setelah survei didistribusikan atau dipublikasikan, pengguna akan melakukan analisis berdasarkan opini dan pengalaman mereka saat menggunakan aplikasi McDonald's. Berikut item *User Experience Questionnaire* (UEQ) versi bahasa Indonesia diuraikan pada gambar 3.

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

Gambar 3. Item *User Experience Questioner* (UEQ) [17].

2.8 Mengelola Data

Tahap ini akan mencakup langkah-langkah pengolahan data yang akan dikembangkan sebagai langkah perbaikan selanjutnya. Setelah penulis mengumpulkan data yang diperoleh dari responden berdasarkan *User Experience Questionnaire* (UEQ), maka data tersebut akan dikonversi menggunakan alat *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk mengetahui hasil yang diperoleh dari evaluasi aplikasi McDonald's.

3. Hasil dan Pembahasan

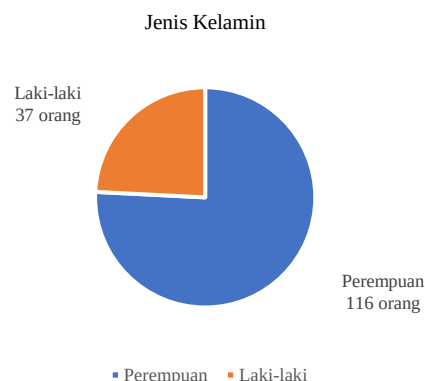
3.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, penulis lakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi McDonald's melalui *google form* selama kurang lebih 2 bulan. Dan didapatkan data 153 orang responden yang mana minimum responden adalah sebanyak 96 orang, Kemudian karakteristik responden dikelompokkan seperti pada gambar berikut.

3.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada kelompok ini, responden dengan rata-rata Perempuan adalah sebanyak 116 orang, dan responden

laki-laki sebanyak 37 orang. Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

3.1.2. Responden Berdasarkan Usia

Pada kelompok ini, responden dengan rata-rata berusia 21-25 tahun dengan berjumlah 74 orang dan usia 16 – 20 tahun sebanyak 68 orang, berikut data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden
11 – 15 tahun	2
16 – 20 tahun	68
21 – 28 tahun	74
26 – 28 tahun	9

3.1.3. Responden Berdasarkan Domisili

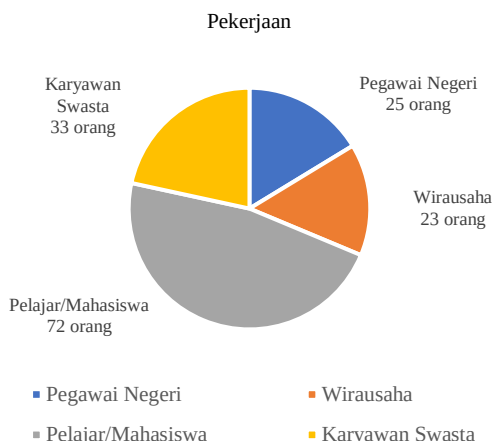
Responden diketahui berasal dari daerah yang berbeda-beda dan responden dengan domisili Palembang yang memiliki hasil terbanyak yaitu 106 orang, berikut data responden berdasarkan domisili dapat dilihat pada table 2.

Tabel 2. Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden
Aceh	1
Lampung	4
Bandung	4
Bekasi	4
Bogor	1
DKI Jakarta	9
Denpasar	1
Garut	1
Jambi	1
Jawa Tengah	2
Kalimantan Selatan	2
Palembang	109
Lombok NTB	1
Makassar	1
Malang	1
Manado	1
Medan	1
Muara Enim	1
Palangkaraya	1
Surabaya	2
Tangerang	2
Tanjung Enim	2

3.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden berdasarkan pekerjaan rata-rata pelajar/mahasiswa sebanyak 72 orang, diikuti dengan karyawan 33 orang, pegawai negeri sebesar 25 orang, dan wirausaha 23 orang. Responden berdasarkan pekerjaan diuraikan pada gambar 5.



Gambar 5. Responden Berdasarkan Pekerjaan

3.1.5. Responden Berdasarkan Seberapa Sering Penggunaan Aplikasi

Responden berdasarkan seberapa sering penggunaan aplikasi rata-rata banyak menggunakan aplikasi 1 kali atau 2 kali dalam 1 bulan sebanyak 103 responden artinya responden jarang mengakses aplikasi McDonald's, data responden berdasarkan seberapa sering penggunaan aplikasi lainnya diuraikan pada table 3.

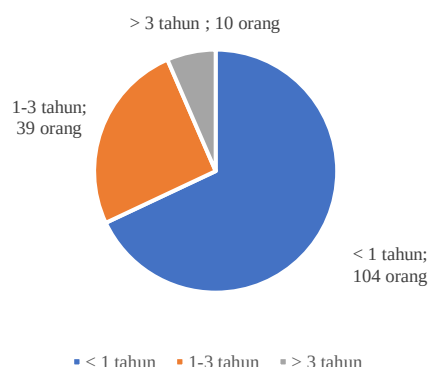
Tabel 3. Responden Berdasarkan Seberapa Sering Penggunaan Aplikasi

Seberapa Sering	Jumlah Responden
1 kali atau 2 kali dalam 1 bulan	103
1 kali atau 2 kali dalam setengah bulan	39
1 kali atau 2 kali dalam 1 minggu	6
1 kali dalam 1 hari	1
Beberapa kali dalam sehari	4

3.1.6. Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi

Responden pengguna aplikasi McDonald's rata-rata telah menggunakan aplikasi McDonald's selama kurang dari 1 tahun sebanyak 104 orang, data responden berdasarkan lama penggunaan aplikasi McDonald's lainnya dapat dilihat pada gambar 6.

Lama Penggunaan Aplikasi



Gambar 6. Responden Berdasarkan Lama Pengguna Aplikasi

3.2. Observasi

Penulis juga melakukan observasi dengan mengamati ulasan pada Appstore dan juga playstore, pada Appstore aplikasi McDonald's memiliki rating yang buruk yaitu 2,8 dari 5, beberapa ulasan pengguna pada aplikasi McDonald's juga mengeluhkan bahwa tampilan dari McDonald's sulit untuk dipahami, memiliki tata letak yang tidak jelas, dan juga ada beberapa pengguna yang tidak bisa membuka aplikasi McDonald's. Sedangkan pada Playstore Aplikasi McDonald's memiliki rating 2,6 dari 5 dan beberapa ulasan pengguna pada aplikasi McDonald's menyebutkan aplikasi sering error dan tidak bisa untuk melakukan pemesanan, setelah melakukan update pada aplikasi McDonald's pengguna merasakan bahwa tidak ada perubahan yang signifikan bahkan aplikasi tidak bisa digunakan.

3.3. Hasil Analisis Kuesioner UEQ

Analisis Kuesioner *User Experience Questionnaire* (UEQ) kepada pengguna aplikasi McDonald's dengan jumlah responden 153 dan mendapatkan 132 responden dengan data yang valid, data yang valid dapat dilihat dari *Detect Suspicious Data*, dan hanya data yang valid dari kuesioner yang akan di olah pada *Data Analysis Tool UEQ* dan dikonversi lalu dihitung rata rata pada setiap item, data yang tidak valid tidak akan di olah dan di hapus, analisis beberapa kumpulan data UEQ menyarankan heuristik untuk menghilangkan jawaban yang menunjukkan respons yang sama pada lebih dari 15 item. berikut hasil dari tiap item UEQ yang telah diolah dapat dilihat pada gambar 7 [18].

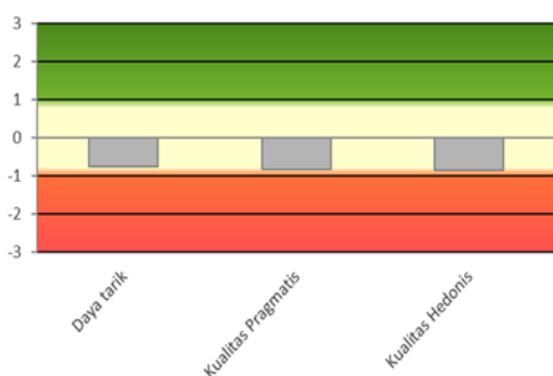
Item	Mean	Variance	Std. Dev.	No.	Left	Right	Scale
1	-0,9	3,9	2,0	132	menyusutkan	menyempatkan	Daya tarik
2	-0,9	5,0	2,2	132	tidak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan
3	-1,2	3,1	1,8	132	kreatif	monoton	Kebaruan
4	-0,8	4,8	2,2	132	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan
5	-0,7	5,1	2,3	132	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi
6	-1,0	3,4	1,8	132	memuaskan	mengasikan	Stimulasi
7	-0,7	4,1	2,0	132	tidak menarik	menarik	Stimulasi
8	-1,1	3,4	1,8	132	tidak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan
9	-1,0	3,5	1,9	132	cepat	lambat	Efisiensi
10	-0,6	4,0	2,0	132	berdaya daya	konvensional	Kebaruan
11	-0,8	3,9	2,0	132	menghalangi	mendukung	Ketepatan
12	-0,8	5,0	2,2	132	baik	buruk	Daya tarik
13	-0,8	4,2	2,0	132	rumit	sedehane	Kejelasan
14	-0,8	3,3	1,8	132	tidak disukai	menggemorakan	Daya tarik
15	-1,0	3,2	1,8	132	lazim	terdepan	Kebaruan
16	-0,7	4,4	2,1	132	tidak nyaman	nyaman	Daya tarik
17	-0,8	4,6	2,2	132	aman	tidak aman	Ketepatan
18	-1,0	3,5	1,9	132	memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi
19	-0,8	4,1	2,0	132	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan
20	-0,9	4,4	2,1	132	tidak efisien	efisien	Efisiensi
21	-0,8	4,6	2,1	132	jelas	membingungkan	Kejelasan
22	-0,7	4,7	2,2	132	tidak praktis	praktis	Efisiensi
23	-0,8	4,7	2,2	132	terorantasi	berantakan	Efisiensi
24	-0,7	4,6	2,1	132	atraktif	tidak atraktif	Daya tarik
25	-0,6	5,0	2,2	132	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik
26	-0,6	3,2	1,8	132	konservatif	inovatif	Kebaruan

Gambar 7. Rata-rata Hasil Pengukuran UEQ

Tabel 4. Hasil pengukuran skala UEQ

User Experience Questionnaire Skala (UEQ)			
UEQ Quality	Skala UEQ	Variabel	Skala UEQ
Daya Tarik	-0,76	Daya Tarik	-0,755
Kualitas Pragmatis	-0,85	Kejelasan	-0,820
		Efisiensi	-0,858
		Ketepatan	-0,864
Kualitas Hedonis	-0,85	Stimulasi	-0,854
		Kebaruan	-0,850

Berdasarkan skala pengukuran hasil UEQ pada tabel 4 skala pada penilaian UEQ dari Daya Tarik, Kualitas Pragmatis, dan Kualitas Hedonis memiliki penilaian negatif. Skala Daya Tarik mendapatkan nilai negatif paling kecil dengan nilai *mean* -0,76, pada skala Kualitas Pragmatis dengan ketiga variabel yaitu, Daya tarik, Kejelasan, dan Efisiensi mendapatkan nilai -0,85, dan pada skala Kualitas Hedonis mendapatkan nilai yang sama yaitu -0,85. Grafik perhitungan tiga kelompok skala penilaian UEQ terlihat pada gambar 8.



Gambar 8. Grafik Mean Skala UEQ

Dengan membandingkan skala *Benchmark* dapat diketahui bahwa masing-masing skala memperoleh nilai *mean* dengan status buruk (*Bad*), yang mewakili 25% dari hasil terburuk yang diperoleh. Untuk

mengetahui ambang batas penilaian positif atau negatif pada sistem informasi dapat dilihat setiap kategori yang diterima. Jika nilainya $> 0,8$ maka hasilnya positif, jika nilainya $< 0,8$ maka hasilnya negatif.

Pada kategori Daya Tarik skor nilai yang diperoleh -0,76, dimana skornya negatif karena dibawah 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang disurvei pada aplikasi McDonald's tidak menyukai tampilan yang dihadirkan. Oleh karena itu, aplikasi McDonald's harus meningkatkan keramahan pengguna dan pengguna harus dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan mudah tanpa kesulitan.

kategori Kejelasan skor nilai yang diperoleh sebesar -0,82. Hasil penilaian yang dihasilkan bernilai negatif karena kurang dari 0,8. Hal ini membuktikan bahwa responden belum terbiasa menggunakan aplikasi McDonald's. Maka seiring dengan kualitas aplikasinya, aplikasi McDonald's harus meningkatkan kejelasan dan kegunaannya serta membuatnya lebih ramah pengguna.

Hasil yang diperoleh pada kategori Efisiensi sebesar -0,86. Hasil evaluasi yang dihasilkan bernilai negatif karena kurang dari 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak dapat dengan mudah menggunakan aplikasi McDonald's. Oleh karena itu, aplikasi McDonald's perlu diperbaiki tampilannya agar lebih mudah digunakan oleh responden.

Skor kategori Ketepatan adalah -0,86 yang menunjukkan skor negatif karena mempunyai nilai kurang dari 0,8. Oleh karena itu, responden merasa mereka tidak memiliki kendali atas cara mereka menggunakan aplikasi yang mereka gunakan. Maka dari itu aplikasi McDonald's dapat meningkatkan pembaruan aplikasi melalui pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan harapan pengguna.

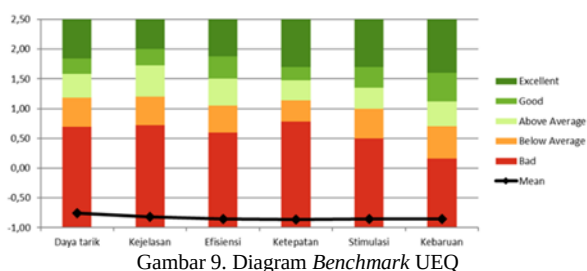
Kategori Kebaruan mendapat nilai -0,85, hasil evaluasi yang dihasilkan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi McDonald's kurang mampu menarik perhatian responden karena kreativitasnya. Oleh karena itu, kami berharap aplikasi McDonald's meningkatkan kemampuannya untuk bertahan dan berkembang seiring berjalannya waktu.

Kategori Stimulasi mempunyai nilai -0,85 sehingga hasil evaluasi yang dihasilkan bernilai negatif jika nilainya kurang dari 0,8. Responden mungkin tidak merasa termotivasi untuk menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu diharapkan aplikasi McDonald's dapat menarik perhatian terhadap desain, fungsionalitas, dan interaksi, sehingga meningkatkan daya tarik aplikasi dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Berikut hasil pengujian secara grafis dan *benchmark* yang ditunjukkan pada Gambar 9 dan Tabel 5.

Tabel 5. Tabel Perbandingan Kategori Uji *Benchmark*

Scale	Mean	Perbandingan <i>Benchmark</i>	Interprestasi
-------	------	-------------------------------	---------------

Daya Tarik	-0,76	Bad	In the range of the 25% worst results
Kejelasan	-0,82	Bad	In the range of the 25% worst results
Efisiensi	-0,86	Bad	In the range of the 25% worst results
Ketepatan	-0,86	Bad	In the range of the 25% worst results
Stimulasi	-0,85	Bad	In the range of the 25% worst results
Kebaruan	-0,85	Bad	In the range of the 25% worst results



Pada gambar 9 menunjukkan hasil dari diagram *benchmark* UEQ dimana hasil evaluasi berdasarkan responden pengguna aplikasi McDonald's dan memperoleh skala penilaian (*Bad*) untuk semua kategori yaitu Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketepatan, Stimulasi, dan juga Kebaruan. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi McDonald's tidak berjalan dengan baik dan memiliki tampilan yang sangat buruk.

Setelah melakukan Analisis *User Experience Questionnaire* ada beberapa aspek yang kurang memuaskan, maka atas dasar tersebut maka disarankan aplikasi McDonald's perlu melakukan perbaikan secara menyeluruh. Mulai dari melakukan analisis mendalam terhadap saran pengguna dan evaluasi pada setiap kategori, memprioritaskan aspek paling kritis atau yang paling mempengaruhi pengalaman pengguna, melakukan pembaruan desain dan antarmuka yang mudah dipahami, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, meningkatkan kinerja dan efisiensi dimana aplikasi menggunakan sumber daya secara berlebihan. Memperbaiki ketepatan dan stimulasi dengan fitur-fitur yang disajikan dan mekanisme pengalaman pengguna dapat memberikan nilai tambah yang jelas dan menarik bagi pengguna, melakukan pembaruan berkala untuk menjaga aplikasi tetap relevan dan berkinerja baik. Melakukan kesesuaian pada pengguna, mendengarkan saran pengguna dan sampaikan rencana perbaikan kedepannya dan sesuaikan aplikasi agar lebih relevan dan bermanfaat bagi para pengguna.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan untuk hasil pengukuran *User Experience* pada aplikasi McDonald's adalah Memiliki kategori yang negatif pada semua kategori variabel dari Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketepatan, Stimulasi, dan juga Kebaruan memiliki skor nilai kurang dari 0,8. Menunjukkan bahwa ada banyak aspek yang perlu

diperbaiki untuk meningkatkan kualitas dan penerimaan aplikasi McDonald's. Ini bisa mencakup masalah desain, kinerja, kejelasan informasi, keakuratan, keterlibatan pengguna, dan keberlanjutan dalam jangka panjang.

Hasil analisis keseluruhan pada aplikasi McDonald's mendapatkan nilai skor yang negatif dalam memberikan pengalaman pengguna dengan aspek Daya Tarik dengan nilai -0,76, Kualitas Pragmatis dengan nilai -0,85 dan Kualitas Hedonis dengan nilai -0,85. Maka hal ini aplikasi McDonald's tidak memberikan kualitas pengalaman pengguna yang memotivasi dan fungsionalitas, oleh karena itu Aplikasi McDonald's perlu melakukan analisis mendalam terhadap setiap kategori evaluasi dan identifikasi akar penyebab masalah pada aplikasi McDonald's. keakuratan, keterlibatan pengguna, dan keberlanjutan dalam jangka panjang.

Daftar Rujukan

- [1] Firmansyah, A., Provinsi, P., Selatan, S., Demang Lebar, J. L., & No, D. (n.d.). KAJIAN KENDALA IMPLEMENTASI E-COMMERCE DI INDONESIA KAJIAN KENDALA IMPLEMENTASI E-COMMERCE DI INDONESIA * Overview of Implementation Constraints of E-Commerce in Indonesia
- [2] Shafa, Iadinda, Risnanti, Q., Fauzan, Zahmad, & Firmansyah, 3ricky. (2023). PENGARUH PLATFORM ONLINE FOOD DELIVERY (OFD) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Jl. Internasional No.1-Antapani, 5(1), 1–12.
- [3] Nanda, M., Riszky, F., & Nurhidayat, A. I. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Pesan Antar Makanan Cepat Saji Berbasis Website (Studi Kasus : M2M Indonesia Cabang Sidoarjo). In Jurnal Manajemen Informatika (Vol. 8). www.m2mindonesia.com
- [4] Rut, Dea Monica dan, U. C. (n.d.). Peningkatan Kualitas Pelayanan Aplikasi Mcdonald's Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD).
- [5] Geaselas, Y. M., Wijaya, A., Apriyanti, S., Tanuhariono, V. R., Andry, F., Fernandes Andry, J., Informasi, S., Teknologi, F., Desain, D., Mulia, B., Utara, J., & Id, Y. A. (n.d.). Optimasi Pengalaman Pengguna Pendekatan Ilmiah Mengukur Kualitas Aplikasi Shopee dengan Metode Webqual 4.0.
- [6] Sosial Humaniora Terapan Jurnal Sosial Humaniora Terapan, J., & PELANGGAN KEPUASAN PELANGGAN Ngurah Rangga Wiwesa, K. (2021). USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE UNTUK MENGELOLA KEPUASAN PELANGGAN. In Jurnal Sosial Humaniora Terapan (Vol. 3, Issue 2).
- [7] Joo, H. (2017). A Study on Understanding of UI and UX, and Understanding of Design According to User Interface Change. In International Journal of Applied Engineering Research (Vol. 12). <http://www.ripublication.com>
- [8] Putra, I. N. T. A., Kartini, K. S., Aditama, P. W., & Tahalea, S. P. (2021). Analisis Sistem Informasi Eksekutif Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). International Journal of Natural Science and Engineering, 5(1), 25–29. <https://doi.org/10.23887/ijnse.v5i1.29289>
- [9] Haerani, E., & Rahmatulloh, A. (2021). Analisis User Experience Aplikasi Peduli Lindungi untuk Menunjang Proses Bisnis Berkelanjutan. SATIN - Sains Dan Teknologi Informasi, 7(2), 01–10. <https://doi.org/10.33372/stn.v7i1.762>
- [10] Rauschenberger, M., Schrepp, M., Perez-Cota, M., Olschner, S., & Thomaschewski, J. (2013). Efficient Measurement of the User Experience of Interactive Products. How to use the User Experience Questionnaire (UEQ). Example: Spanish Language Version. International Journal of Interactive Multimedia and

-
- Artificial Intelligence, 2(1), 39.
<https://doi.org/10.9781/ijimai.2013.215>
- [11] Rasio Henim, S., & Perdana Sari, R. (2020). Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. In Jurnal Komputer Terapan (Vol. 6, Issue 1). <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/>
- [12] Farisi, A., & Wicaksana, M. (2022). Analisis Kualitas Pengalaman Pengguna Sistem Pengelola Jurnal Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi), 9(3), 2016–2026. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i3.3328>
- [13] Widya Nugroho, A. (2023). Analisis User Experience Pada Website Sistem Informasi Tugas Akhir (SITA) Mahasiswa Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). In Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI (Vol. 7, Issue 1).
- [14] Nur Fadilah Amin. (n.d.). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN.
- [15] Ramadhan, M. G., Oktadini, N. R., Putra, P., Sevtiyuni, P. E., & Meiriza, A. (2023). Analysis of User Experience on the MyPertamina Application using User Experience Questionnaire Method. Jurnal Komtika (Komputasi Dan Informatika), 7(2), 176–186. <https://doi.org/10.31603/komtika.v7i2.10467>
- [16] Gede Ngurah Kerta Sanjaya Arya Jelantik, S., Putu Satwika, I., Nyoman Yudi Anggara, I., Sistem Informasi, J., Primakara, S., Teknik Informatika, J., & Tukad Badung No, J. (n.d.). Analisis Sistem Informasi Akademik STMIK Primakara Menggunakan User Experience Questionnaire (Arya Jelantik) Analisis Sistem Informasi Akademik STMIK Primakara Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). www.siska.primakara.
- [17] Santoso, H. B., Schrepp, M., & Kartono, R. Y. (2016). Measuring User Experience of the Student-Centered e-Learning Environment (Vol. 13). <http://sumi.ucc.ie/>
- [18] Fiqri Widiyantoro, M., Ridwan, T., Heryana, N., & Voutama, A. (n.d.). Perancangan UI/UX Prototype Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Metode Design Thinking..