

**ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE*
TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI
E-COMMERCE MENGGUNAKAN *HEART FRAMEWORK***

SKRIPSI

Oleh:

MAYBERLINE

NIM. 2045032



**JENJANG PENDIDIKAN STRATA-1
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
STMIK TIME
MEDAN**

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE*
TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI
E-COMMERCE MENGGUNAKAN *HEART FRAMEWORK***

Nama : Mayberline

NIM : 2045032

Program Studi : Sistem Informasi

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi

Johanes Terang Kita Perangin Angin, S.Kom., M.TI

JENJANG PENDIDIKAN STRATA-1

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

STMIK TIME

MEDAN

2024

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE*
TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI
E-COMMERCE MENGGUNAKAN *HEART FRAMEWORK***

Disusun dan Diajukan Oleh:

MAYBERLINE

NIM.2045032

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada Tanggal xx
dan dinyatakan telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Komputer Program Studi Sistem Informasi

Medan,

Penguji I

Nama Dosen Penguji I

Penguji II

Penguji III

Nama Dosen Penguji II

Nama Dosen Penguji II

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP PENGALAMAN
BERBELANJA PADA APLIKASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *HEART*
*FRAMEWORK***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna

Mendapat Gelar Sarjana Strata Satu

Program Studi Sistem Informasi

Oleh :

MAYBERLINE

NIM. 2045032

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Herman, S.E., S.Kom, M.TI.

Dosen Pembimbing II



David, S.Kom., M.TI

Medan, Juni 2024

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua STMIK TIME

Ketua Program Studi



Dr. Edi Wijaya, S.Kom, M.Kom, MM

Johanes Terang Kita Perangin
Angin, S.Kom., M.TI

Kepada
Yth. Ketua STMIK TIME
Dr. Edi Wijaya, S.Kom., M.Kom., M.M
Di Medan

Hal : **Surat Pernyataan Bebas Plagiat**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Mayberline**
NIM : **2045032**
Program Studi : **Sistem Informasi**
Angkatan : **2020**
Judul Skripsi : *Analisis Perbandingan User Experience Terhadap Pengalaman Berbelanja pada Aplikasi E-Commerce Menggunakan Heart Framework*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang Saya tulis adalah karya ilmiah asli dari pikiran saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi tersebut merupakan Plagiat, maka saya bersedia gelar dan ijazah yang saya peroleh ditinjau kembali.

Demikian surat pernyataan ini Saya perbuat dengan pikiran yang sehat, tanpa tekanan dari siapaun.

Medan, 26 Juni 2024
Yang membuat pernyataan,



Mayberline

Diketahui oleh,



Hendri, M.Kom
Pembantu Ketua 1 STMIK TIME

ABSTRAK

E-Commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada merupakan situs web belanja online yang paling populer di Indonesia dan beberapa negara di Asia Tenggara dengan peringkat tertinggi dan sudah memiliki jutaan pengguna. Namun, meskipun banyaknya pengguna aplikasi E-commerce, tidak semua pengalaman berbelanja online berjalan dengan lancar. Beberapa masalah yang mungkin muncul meliputi fitur yang membingungkan, tampilan dan tata letak yang rumit, proses pembayaran yang membingungkan, keterbatasan interaksi manusia, masalah teknis, dan lain sebagainya. Semua ini dapat berkontribusi pada ketidakpuasan pengguna dan bahkan meningkatkan tingkat pemberhentian penggunaan aplikasi. Pengalaman setiap pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada tentu berbeda-beda dan memiliki kesenangan, kemudahan, serta preferensi masing-masing dalam mengakses, sehingga perlu dilakukan penelitian mendalam untuk menganalisis pengalaman pengguna pada ketiga aplikasi dan melakukan perbandingan performa aplikasi yang tergolong terbaik dan termudah untuk pengalaman pengguna dari hasil penelitian serta menganalisis kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi melalui observasi dan responden yang sudah menggunakan masing-masing aplikasi untuk berbelanja dan bertransaksi hingga selesai. Dengan menggunakan metode HEART Framework dalam penelitian untuk mengukur pengalaman pengguna, menentukan Happiness (Kepuasan pengguna), Engagement (Keterlibatan pengguna), Adoption (Sejauh mana pengguna mengadopsi dan memanfaatkan fitur-fitur pada aplikasi), Retention (Mempertahankan pengguna), dan Task Success (Keberhasilan Pengguna menyelesaikan tugas-tugas yang mereka inginkan dalam aplikasi, seperti menemukan produk, penguasaan fitur, menyelesaikan pesanan dan pembayaran HEART Framework adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur User Experience (UX) guna mengidentifikasi keberhasilan yang berfokus kepada pengguna. Proses analisis akan dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat diperoleh informasi bahwa aplikasi Shopee telah memenuhi semua goal yang diharapkan yaitu semua nilainya lebih besar daripada 80%. Sedangkan, aplikasi Tokopedia dan Lazada masih belum memenuhi kriteria goal yang diharapkan, dimana aplikasi Tokopedia memiliki nilai terendah dari ketiga aplikasi e-commerce yang dianalisis.

Kata Kunci: E-commerce, *User Experience*, Shopee, Tokopedia, Lazada, metode HEART Framework

ABSTRACT

E-Commerce such as Shopee, Tokopedia and Lazada are the most popular online shopping websites in Indonesia and several countries in Southeast Asia with the highest ranking and already have millions of users. However, despite the large number of E-commerce application users, not all online shopping experiences run smoothly. Some problems that may arise include confusing features, complicated display and layout, confusing payment processes, limited human interaction, technical problems, and so on. All of this can contribute to user dissatisfaction and even increase app churn rates. Each user's experience on the Shopee, Tokopedia and Lazada applications is certainly different and has its own pleasure, convenience and preferences in accessing it, so it is necessary to carry out in-depth research to analyze the user experience on the three applications and compare the performance of the applications that are classified as the best and easiest. for user experience from research results as well as analyzing the advantages and disadvantages of each application through observations and respondents who have used each application to shop and make transactions until completion. By using the HEART Framework method in research to measure user experience, determine Happiness (user satisfaction), Engagement (user involvement), Adoption (the extent to which users adopt and utilize the features in the application), Retention (Retaining users), and Task Success (User success in completing the tasks they want in the application, such as finding products, mastering features, completing orders and payments. The HEART Framework is a framework used to measure User Experience (UX) to identify user-focused success using a questionnaire. From the results of the analysis carried out, information can be obtained that the Shopee application has met all the expected goals, namely all scores are greater than 80%. Meanwhile, the Tokopedia and Lazada applications still do not meet the expected goal criteria, where the Tokopedia application has the lowest score of the three e-commerce applications analyzed.

Keywords: *E-commerce, User Experience, Shopee, Tokopedia, Lazada, HEART Framework method*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, hikmat, dan petunjuk-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK" tepat pada waktunya.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Strata 1 pada STMIK TIME. Penulis berharap agar hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat membawa banyak manfaat bagi berbagai pihak.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Herman, S.E., S.Kom., M.TI, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis selama mengerjakan tugas akhir ini.
2. Bapak David, S.Kom., M.TI, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis selama mengerjakan tugas akhir ini.
3. Bapak Simon Kangga Lee, selaku Ketua Yayasan STMIK TIME Medan.
4. Bapak Dr.Edy Wijaya, M.Kom, M.M., selaku Ketua STMIK TIME Medan.
5. Bapak Hendri, M.Kom., selaku Pembantu Ketua 1 STMIK TIME Medan.
6. Bapak Johanes Terang Kita Perangin Angin, S.Kom., M.TI selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi STMIK TIME Medan.

7. Seluruh Dosen dan Staff STMIK TIME Medan yang telah mendidik dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
8. Kepada kedua orang tua penulis, untuk beliau skripsi ini penulis persembahkan. Terimakasih yang tak terhingga atas segala kasih dan pengorbanan yang telah diberikan selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan kebanggaan yang akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk orang tua tercinta.
9. Seluruh Mahasiswa/Mahasiswi STMIK TIME, khususnya kelas SI A 20 yang telah membantu penulis dan memberikan dorongan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Seluruh yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari dalam proses penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan mengharapkan saran, kritikan, dan masukan yang membangun demi perkembangan dan kemajuan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Medan, 29 Juni 2024

Penulis,



Mayberline

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.5.1 Jadwal Penelitian	6
1.5.2 Bahan dan Alat	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6 Analisis Sistem	8
1.7 Perancangan Sistem	8
1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 User Experience.....	11
2.2 E-Commerce.....	13
2.2.1 Manfaat <i>E-Commerce</i>	14
2.2.2 Kelebihan <i>E-Commerce</i>	15
2.2.3 Kelemahan E-Commerce	16
2.3 Shopee	17
2.4 Tokopedia	20
2.5 Lazada.....	23
2.6 HEART Framework	25
2.7 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Analisis	34

3.1.1	Analisis Masalah.....	36
3.1.2	Instrumen Penelitian	37
3.1.3	Metode Pengumpulan Data	41
3.1.4	Analisis Data.....	41
3.1.5	Interpretasi Hasil.....	42
3.1.6	Populasi dan Sampel.....	42
3.1.7	Uji Validitas.....	43
3.1.8	Uji Reliabilitas.....	44
3.2	Perancangan.....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Hasil Penelitian.....	51
4.1.1	Hasil Pengumpulan Data.....	51
4.1.2	Hasil Uji Data Validitas	63
4.1.3	Hasil Uji Data Reliabilitas	69
4.1.4	Hasil Perhitungan Heart Framework	83
4.2	Pembahasan	86
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran	87
	DAFTAR PUSTAKA.....	88
	LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 <i>Flowchart</i> dari Tahapan Penelitian	34
Gambar 3.2 Masukkan Data.....	46
Gambar 3.3 Pilih Data Analysis.....	47
Gambar 3.4 Klik Anova: Dua Faktor Tanpa Replikasi.....	47
Gambar 3.5 Isi <i>Input</i> dan <i>Output Range</i>	47
Gambar 3.6 Hasil yang Diperoleh.....	48
Gambar 3.7 Perhitungan <i>Cronbach's Alpha</i>	48
Gambar 3.8 Rancangan Kuesioner.....	49
Gambar 3.9 Tampilan Aplikasi Microsoft Excel	50
Gambar 4.1 Gambar Tabel Taraf Signifikan Responden.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian	6
Tabel 2.1 <i>HEART Framework</i>	27
Tabel 2.2 Konsep Penting <i>HEART Framework</i>	27
Tabel 2.3 Penelitian <i>HEART Framework</i> Terdahulu	30
Tabel 3.1 Konsep Penting <i>HEART Framework</i>	37
Tabel 3.2 Rancangan Kuesioner	40
Tabel 3.3 Skala Skor Perhitungan	41
Tabel 3.4 Aturan Nilai Cronbach's Alpha	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Data Reliabilitas dari Kuesioner Tokopedia.....	82
Tabel 4.2 Hasil Uji Data Reliabilitas dari Kuesioner Shopee.....	82
Tabel 4.3 Hasil Skala Likert dari Shopee.....	83
Tabel 4.4 Hasil Skala Likert dari Tokopedia	84
Tabel 4.5 Hasil Skala Likert dari Lazada	84
Tabel 4.6 Keterangan Interval.....	85
Tabel 4.7 Hasil Ringkasan Skala Likert dari Shopee.....	85
Tabel 4.8 Hasil Ringkasan Skala Likert dari Tokopedia	86
Tabel 4.9 Hasil Ringkasan Skala Likert dari Lazada	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Hasil Kuesioner	91
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan internet kini telah berkembang sangat pesat dan memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari salah satunya dalam berbelanja secara online. Belanja online telah menjadi kebutuhan dan gaya hidup manusia modern zaman sekarang. Tidak sedikit masyarakat yang senang berbelanja mulai dari pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah, elektronik, dan masih banyak produk lainnya. Selain untuk kesenangan, berbelanja juga untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan sehari-hari. Saat ini, berbelanja sudah terbilang sangat mudah dan efektif tanpa harus keluar rumah dan terkendala jarak serta biaya transportasi karena lahirnya *E-Commerce*. Berbelanja pun semakin dipermudah dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan dan usia. Dalam era digital saat ini, perdagangan elektronik (*E-Commerce*) telah berkembang menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dan penting dalam ekonomi global. Peningkatan penggunaan *smartphone* dan akses mudah ke internet serta tingginya minat dan kebutuhan masyarakat dalam berbelanja telah mendorong pertumbuhan signifikan dalam perilaku belanja online. Dengan banyaknya aplikasi *E-Commerce* yang tersedia, pengalaman pengguna yang positif menjadi kunci dalam memenangkan dan mempertahankan pelanggan. [1]

E-Commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada merupakan situs web belanja online yang paling populer di Indonesia dan beberapa negara di Asia Tenggara dengan peringkat tertinggi dan sudah memiliki jutaan pengguna. Dengan

fitur-fitur yang melimpah seperti keranjang, pembayaran online, sampai pengiriman telah disediakan dengan keamanan terjamin dari pihak ketiga, serta fitur *customer service* yang dapat membantu keluhan pengguna. [2]

User Experience (UX) dalam pengembangan aplikasi memegang peranan penting dengan melibatkan pengalaman pengguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan. *User experience* adalah bagaimana pengalaman pengguna dalam berinteraksi dan menggunakan suatu aplikasi, kemudahan akses fitur, kecepatan akses *loading page*, menemukan apa yang mereka inginkan, proses pemesanan dan transaksi dan lain sebagainya. *User experience* yang baik akan membuat kepuasan dan kesenangan ke pengguna sehingga mereka akan loyal dan terus menggunakan aplikasi atau mempromosikan aplikasi yang digunakan kepada orang lain. Dengan pesatnya pertumbuhan perdagangan elektronik dan semakin banyaknya orang yang beralih ke belanja online, pengalaman pengguna yang positif menjadi krusial untuk mempertahankan pelanggan dan bersaing di pasar yang kompetitif. [3]

Namun, meskipun banyaknya pengguna aplikasi *E-commerce*, tidak semua pengalaman berbelanja online berjalan dengan lancar. Beberapa masalah yang mungkin muncul meliputi fitur yang membingungkan, tampilan dan tata letak yang rumit, proses pembayaran yang membingungkan, keterbatasan interaksi manusia, masalah teknis, dan lain sebagainya. Semua ini dapat berkontribusi pada ketidakpuasan pengguna dan bahkan meningkatkan tingkat pemberhentian penggunaan aplikasi. [4]

Pengalaman setiap pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada tentu berbeda-beda dan memiliki kesenangan, kemudahan, serta preferensi masing-

masing dalam mengakses, sehingga perlu dilakukan penelitian mendalam untuk menganalisis pengalaman pengguna pada ketiga aplikasi dan melakukan perbandingan performa aplikasi yang tergolong terbaik dan termudah untuk pengalaman pengguna dari hasil penelitian serta menganalisis kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi melalui observasi dan responden yang sudah menggunakan masing-masing aplikasi untuk berbelanja dan bertransaksi hingga selesai.

Dengan menggunakan metode *HEART Framework* dalam penelitian untuk mengukur pengalaman pengguna, menentukan *Happiness* (Kepuasan pengguna), *Engagement* (Keterlibatan pengguna), *Adoption* (Sejauh mana pengguna mengadopsi dan memanfaatkan fitur-fitur pada aplikasi), *Retention* (Mempertahankan pengguna), dan *Task Success* (Keberhasilan Pengguna menyelesaikan tugas- tugas yang mereka inginkan dalam aplikasi, seperti menemukan produk, penguasaan fitur, menyelesaikan pesanan dan pembayaran *HEART Framework* adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur *user experience* (UX) guna mengidentifikasi keberhasilan yang berfokus kepada pengguna. [5]

Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan analisis mendalam mengenai Perbandingan *user experience* dalam aplikasi *E-Commerce* Shopee, Tokopedia dan Lazada dengan judul “Analisis Perbandingan *User Experience* Terhadap Pengalaman Berbelanja pada Aplikasi *E-Commerce* Menggunakan *HEART Framework*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *User Experience* pengguna dalam berbelanja dari masing-masing aplikasi : Shopee, Tokopedia dan Lazada?
2. Apa perbedaan dalam pengalaman dan kepuasan pengguna antara aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada?
3. Bagaimana analisis pengguna pada masing-masing aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada menggunakan *HEART Framework*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti membatasi permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Analisis dilakukan pada tiga aplikasi *E-Commerce*, yakni Shopee, Tokopedia dan Lazada.
2. Data yang diambil adalah dari rentang waktu satu tahun terakhir (tahun 2023) dan dengan fitur *E-Commerce* yang terbaru.
3. Penelitian hanya melibatkan pengguna yang aktif dan telah menggunakan aplikasi terkait untuk berbelanja online selama setidaknya tiga bulan terakhir sejak penelitian dilakukan (Desember – Februari).
4. Analisis pengalaman pengguna akan terfokus pada dimensi-dimensi *HEART Framework* (*Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success*).

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengalaman pengguna berdasarkan *HEART matrices* dalam menggunakan aplikasi.
2. Memberikan evaluasi *user experience* dari masing-masing aplikasi.
3. Mengetahui performa aplikasi dari setiap bagian/metrik *Heart* apakah sudah memenuhi kriteria yang baik.
4. Menghasilkan panduan atau saran bagi *software developer* untuk memperbaiki atau menambah layanan mereka berdasarkan temuan penelitian.
5. Memahami preferensi dan harapan pengguna terkait fitur dan proses berbelanja serta pengalaman pengguna sebelumnya di aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman mendalam informasi *user experience* pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada dalam proses berbelanja yang tersajikan dalam *Heart Framework*.
2. Mengetahui kesenangan dan kepuasan pengguna, *engagement*, jangka waktu pengguna aktif, keberhasilan transaksi dan lainnya yang sesuai dengan masing-masing metrik HEART.
3. Melihat perbedaan pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.
4. Memberikan kontribusi kepada pihak *software developer* untuk dapat

mengembangkan atau memperbaiki fitur/layanan yang masih kurang untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengguna sesuai hasil penelitian.

5. Membantu pengguna yang ingin berbelanja online untuk dapat memilih *E-Commerce* yang sesuai dengan preferensi dan kriteria pengguna.

1.5 Metode Penelitian

Berikut ini adalah uraian metode penelitian yang akan dilakukan :

1.5.1 Jadwal Penelitian

Berikut ini adalah tabel jadwal penelitian yang akan dilakukan antara lain :

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan \ Waktu	November 2023				Desember 2023				Januari 2024				Februari 2024				Maret 2024				April 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Identifikasi Masalah																								
Pengumpulan Data																								
Analisis Data																								
Penerapan Metode																								
Penyelesaian Akhir																								
Penulisan Laporan																								

1.5.2 Bahan dan Alat

Berikut ini akan dijelaskan bahan dan alat yang digunakan dalam proses penelitian yaitu berupa *hardware* dan *software*.

Hardware yang digunakan yaitu sebuah laptop dengan spesifikasi:

1. Processor Intel(R) Celeron(R) CPU 1007U @ 1.50GHz 1.50 GHz RAM 6,00 GB.
2. Perangkat *keyboard* dan *touchpad*.
3. *Display* dengan resolusi 1366 x 768 pixel.

Software yang digunakan yaitu :

1. Microsoft Word atau Word Processor.
2. Microsoft Excel.
3. SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).
4. Google Forms / SurveyMonkey.
5. Google Analytics.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari :

1. Metode Pengamatan (Observasi)

Melakukan observasi pada aplikasi *E-Commerce* Shopee, Tokopedia dan Lazada. Tampilan, fitur, proses penggunaan aplikasi dan bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi.

2. Metode Kuesioner

Membagikan kuesioner kepada pengguna aktif masing-masing aplikasi dengan masing-masing pengguna. Jumlah responden dalam penelitian ini dibatasi sebanyak 100 orang pengguna untuk masing-masing aplikasi.

Kuesioner akan dibuat dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner akan dibagikan *link*-nya melalui *whatsapp* kepada setiap responden untuk diisi secara *online*.

3. Metode Studi Pustaka

Membaca referensi, informasi, ilmu pengetahuan di internet, jurnal ilmiah dan buku.

1.6 Analisis Sistem

Melakukan analisis terhadap obyek dan proses penelitian.

1. Analisis objek penelitian yakni pada masing-masing aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada, pengalaman pengguna dalam berbelanja online.
2. Analisis kesenangan dan kepuasan, *engagement* (keterlibatan pengguna), *adoption*, *retention* (mempertahankan) dan *task success* (tingkat keberhasilan penggunaan aplikasi).
3. Analisis sistem *E-Commerce* dalam proses berbelanja dari pencarian produk hingga bertransaksi.

1.7 Perancangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem dan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian.

1. Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yaitu pengalaman masing-masing pengguna dalam menggunakan masing-masing aplikasi : Shopee, Tokopedia dan

Lazada dalam berbelanja online, serta pengalaman yang mungkin tidak optimal dalam proses berbelanja.

2. Kajian Pustaka

Tinjauan literatur tentang pengalaman pengguna, faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman berbelanja online, serta kerangka kerja *HEART*.

3. Mengukur faktor-faktor *user experience* pada *E-Commerce* dan merumuskan hipotesis/pertanyaan penelitian.
4. Menggunakan metode survei online dan offline dan menentukan sampel responden pengguna dari aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.
5. Membuat kuesioner survei menggunakan skala likert yang berfokus pada dimensi *HEART Framework*.
6. Pengumpulan data. Mengirimkan kuesioner survei kepada sampel responden pengguna aplikasi, mengumpulkan data mengenai pengalaman mereka dalam berbelanja online di aplikasi terkait.
7. Mengolah data survei. Menggunakan skala pengukuran untuk masing-masing dimensi *HEART Framework* dan analisis deskriptif.
8. Menganalisis hasil data survei untuk setiap dimensi *HEART Framework*.
9. Menafsirkan hasil analisis dalam kerangka kerja *HEART*, mengidentifikasi jumlah persenan dan bagian yang perlu ditingkatkan dalam aplikasi *E-Commerce* berdasarkan masing-masing dimensi.
10. Merumuskan kesimpulan berdasarkan temuan penelitian, apakah pengalaman pengguna pada masing-masing aplikasi *E-Commerce* sudah optimal atau ada yang perlu perbaikan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan secara keseluruhan dapat penulis nyatakan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar/landasan teori yang digunakan, dan teori-teori lain yang terkait dengan topik penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi Tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, hasil dan solusi yang ditawarkan, serta perancangan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan tahapan penulis dalam melakukan pembahasan dari hasil penelitian. Laporan pengalaman pengguna dalam berbelanja online dan menggunakan aplikasi

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran yang peneliti rangkum selama proses penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 User Experience

User Experience adalah pengalaman pengguna dalam berinteraksi dan menggunakan sebuah aplikasi. Mencakup kemudahan, kenyamanan dan efisiensi terhadap fungsionalitas dalam memakai suatu aplikasi. *User Experience* yang baik dapat membuat pengguna senang dan puas sehingga dapat menciptakan loyalitas pengguna. Aplikasi dapat digunakan secara berulang dan dalam jangka waktu yang panjang. Sebaliknya, jika aplikasi lambat dan terdapat banyak fitur atau tata letak yang membingungkan, pengguna akan merasa sulit dan menghasilkan *user experience* yang tidak baik.

User Experience merupakan hal yang penting dan perlu diperhatikan untuk perkembangan sebuah aplikasi dan menciptakan banyak pengguna. *User Experience* dapat dilihat dari kemudahan pengguna dalam menemukan apa yang mereka cari, mengakses fitur-fitur yang ada di aplikasi, kecepatan *loading*, tampilan menu yang tidak berbelit-belit dan lain sebagainya. Menurut definisi dari *ISO 9241-210*, *user experience* adalah persepsi atau pengalaman seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. Menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang dalam menggunakan sebuah aplikasi.

Menurut Jakob Nielsen, *user experience* mencakup seluruh aspek interaksi terhadap pengguna dengan perusahaan, layanan, dan produk-produknya [6]

User Experience penting untuk diperhatikan dalam pengembangan sebuah aplikasi. *User Experience* yang baik dapat mendatangkan banyak pengguna serta mempertahankan pengguna yang sudah terdaftar karena pengalaman baik yang dirasakan saat menggunakan aplikasi. Sebaliknya, *User Experience* yang kurang baik membuat pengguna merasa tidak nyaman dan senang saat menggunakan aplikasi sehingga memungkinkan risiko ditinggalkannya atau pemberhentian penggunaan aplikasi. [7]

Adapun Manfaat *User Experience*, antara lain :

Dari segi pengguna : [7]

1. Memudahkan Pengguna

Pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan mereka dengan mudah karena di dalamnya sudah terdapat penilaian dari segi aspek *usability*.

2. Memberikan kenyamanan

User experience memberikan kenyamanan dan kesenangan kepada pengguna dalam proses menggunakan aplikasi.

3. Menjadikan aplikasi sebagai kebutuhan

Menggunakan aplikasi dengan *User experience* yang bagus menciptakan kesenangan pada pengguna dan menggunakannya secara terus menerus untuk memenuhi kebutuhan.

Dari segi Developer : [8]

1. Tingkat konversi yang lebih tinggi

Pengguna yang merasa nyaman akan lebih berpotensi untuk bertransaksi dan menyelesaikan pesanan.

2. Pelanggan yang lebih loyal dan menarik minat

Pengguna yang merasa bahwa aplikasi dapat mengatasi masalah mereka serta mudah digunakan, kemungkinan besar mereka akan terus menggunakannya dalam jangka waktu yang panjang, bahkan menjadikannya sebagai kebutuhan harian.

3. Meningkatkan kesuksesan aplikasi

Pengguna lebih menyukai dan tertarik dengan aplikasi yang memberikan pengalaman optimal, sebaliknya aplikasi yang tidak memiliki daya tarik, ribet dan kurang memberikan pengalaman yang menarik dapat membuat performa aplikasi semakin menurun dan risiko pemberhentian atau ditinggalkannya penggunaan aplikasi. Hal inilah yang menjadi pengaruh dalam kesuksesan sebuah aplikasi untuk tetap ditingkatkan atau dipertahankan.

2.2 E-Commerce

E-Commerce adalah wadah jual beli secara online melalui akses internet. Perkembangan teknologi yang semakin pesat khususnya internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan termasuk kebutuhan berbelanja. Proses perdagangan jual beli dan pemasaran produk kini tak sedikit beralih ke sistem media elektronik sehingga terbentuknya *Electronic Commerce* atau *E-Commerce*.

Pengertian *e-commerce* menurut *Laudon & Laudon* adalah proses penjualan dan pembelian barang secara elektronik oleh konsumen, yang merupakan transaksi *business-to-business* dengan perantara komputer, yakni menggunakan jaringan komputer.

E-commerce sebagai seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui *e-commerce* dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik. [9]

Proses jual beli tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka antara pembeli dan penjual, serta mengeluarkan biaya perjalanan namun dengan hadirnya *e-commerce*, jual beli dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Pembeli dapat berbelanja di berbagai kota di seluruh Indonesia hanya melalui satu perangkat dan aplikasi. Pembeli lebih hemat biaya dan waktu untuk berbelanja barang kebutuhannya.

2.2.1 Manfaat E-Commerce

Manfaat dengan adanya *E-Commerce*, yakni : [10]

1. Jangkauan luas

Dapat menjangkau lebih banyak pembeli hingga seluruh dunia dan pembeli dapat membeli produk dari berbagai kota hingga luar negeri tanpa menggunakan transportasi.

2. Hemat biaya

Mengurangi biaya transportasi dan biaya sewa tempat bagi pelaku usaha.

3. Fleksibel

Dapat berbelanja dimana saja dan kapan saja.

4. Tidak ada batasan waktu

Proses transaksi lebih cepat, pengguna dapat dengan mudah menelusuri banyak item sekaligus, berbelanja tanpa batasan waktu karena dapat diakses setiap saat, menghemat waktu untuk pengguna yang memiliki kesibukan.

5. Proses transaksi mudah

Mencari produk yang diinginkan hingga melakukan transaksi pembayaran hanya menggunakan satu perangkat dan aplikasi.

2.2.2 Kelebihan *E-Commerce*

Kelebihan *E-Commerce* dari segi penjual/pelaku usaha : [11]

1. Akses global tanpa batasan geografis, peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan
2. Biaya operasional rendah, mengurangi biaya tempat/sewa toko, dan biaya operasional lainnya
3. Bekerja dimana saja dan kapan saja. Toko online bisa buka hingga 24 jam sehingga membuat toko dapat tetap dilihat dan dijangkau pembeli dari berbagai daerah.
4. Kemudahan pengelolaan, pemantauan penjualan, marketing, interaksi dengan pelanggan
5. Pemasaran yang mudah dan efektif, seperti iklan melalui sosial media, google, SEO dan platform online lainnya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial

Kelebihan *E-Commerce* bagi pembeli :

1. Dapat memilih harga yang cenderung lebih murah dan dapat menggunakan voucher
2. Menghemat waktu dan mengurangi biaya transportasi
3. Pilihan produk yang lebih banyak, dapat mengakses lebih luas berbagai pilihan produk dari berbagai penjual di seluruh kota hingga luar negeri
4. Akses berbelanja 24 jam setiap hari.
5. Dapat mengetahui keunggulan/kekurangan produk melalui review/ulasan produk dari pembeli sebelumnya.
6. Kemudahan menemukan barang dan sesuai preferensi yang dicari tanpa berkeliling dan dengan stok yang tidak pasti pada toko tertentu

2.2.3 Kelemahan E-Commerce

Kelemahan E-Commerce bagi penjual/pelaku usaha :

1. Persaingan yang ketat dengan banyaknya penjual hingga luar kota
2. Masalah teknis, seperti gangguan jaringan atau gangguan server
3. Pencairan dana butuh waktu hingga pembeli menerima pesanan

Kelemahan E-Commerce bagi pembeli :

1. Tidak dapat melihat dan mencoba barang secara langsung
2. Risiko barang tidak sesuai dengan ekspektasi
3. Penerimaan barang butuh waktu lebih lama
4. Risiko keamanan dan privasi

2.3 Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang penjualan online atau *e-commerce* yang dapat diakses melalui internet. Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* terkemuka di wilayah Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee adalah aplikasi perdagangan elektronik yang berpusat di Singapura. Dimiliki oleh Sea Limited. Shopee pertama kali bergerak pada tahun 2015 di Singapura. Shopee juga memperluas jangkauannya ke berbagai negara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan Brasil.

Pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. [12]

Melalui data *SimilarWeb*, Shopee mendominasi pasar *e-commerce* pada pertengahan 2023 dan masih menduduki posisi pertama sebagai *e-commerce* dengan jumlah pengunjung paling tinggi selama Mei 2023 dengan total 161 juta pengunjung, melebihi Tokopedia dengan jumlah 106 juta pengunjung dan Lazada 70 juta pengunjung. [13]

Shopee menawarkan berbagai produk mulai dari *fashion*, elektronik, perlengkapan rumah, aksesoris *smartphone* dan komputer, permainan dan lainnya. Pembeli dapat menjangkau seluruh penjual dari berbagai kota dan memilih beragam produk sesuai keinginan. Shopee juga sering menyajikan berbagai kampanye promosi, voucher diskon dan penawaran lainnya untuk menarik pelanggan. Tidak hanya itu, setiap satu bulan sekali Shopee menyelenggarakan acara khusus yang mengundang artis tanah air hingga internasional seperti Shopee 9.9, 12.12 Birthday Sale dan lainnya dengan penawaran spesial dan diskon besar-besaran kepada pengguna.

Shopee menampilkan berbagai kampanye promosi, diskon, voucher, dan penawaran untuk menarik pelanggan. Platform ini juga mengintegrasikan aplikasinya dengan fitur menarik dan seru di dalamnya seperti *games*, *shopee live* untuk melibatkan pengguna.

Adapun sejumlah fitur dan program terbaru yang terdapat pada aplikasi shopee untuk meningkatkan pengalaman belanja pengguna yakni sebagai berikut :

1. Pencarian Produk

Mencari produk melalui fitur pencarian yang canggih, dapat menelusuri menggunakan teks maupun gambar. Pencarian produk dapat difilter untuk mempersempit hasil pencarian berdasarkan harga terendah hingga tertinggi, provinsi, status toko/penjual, metode pembayaran, opsi pengiriman, warna, ukuran, program promo, penilaian dan kategori

2. Keranjang

Tempat pembeli mengumpulkan pesanan yang akan di pesan. Pembeli dapat menambahkan sejumlah produk ke keranjang sebelum melakukan proses *check-out*.

3. Fitur Chat

Menghubungkan komunikasi antara penjual dan pembeli. Fitur chat shopee juga dapat membuat tawaran harga oleh pembeli kepada penjual, serta dapat mengirimkan stiker, lampiran seperti foto/video, link produk, pesanan, dan link voucher.

4. Shopee Pay dan Shopee Pay Later

Shopee Pay adalah metode pembayaran dompet digital yang dikeluarkan oleh Shopee. Shopee Pay memungkinkan pengguna untuk mengirim uang

ke sesama shopeepay dan rekening bank. Shopee Pay dapat dilakukan top up melalui merchant seperti ATM, Indomaret atau Alfamart. Sedangkan ShopeePay Later adalah fitur yang ditawarkan oleh Shopee untuk melakukan pembayaran secara kredit atau bayar belakangan setelah barang diterima oleh pembeli.

5. *COD (Cash On Delivery)*

Metode pembayaran yang dibayar oleh pembeli menggunakan uang tunai saat paket sampai di alamat tujuan.

6. *Shopee Food*

Fitur Shopee yang menawarkan layanan untuk memesan makanan dan minuman dari berbagai restoran/tempat makan yang terdaftar di Shopee Food. Pengguna dapat memilih menu, menyelesaikan pembayaran, dan menentukan lokasi pengiriman. Setelah pesanan diterima, Shopee akan mengoordinasikan pengiriman makanan dari restoran ke lokasi yang telah ditentukan oleh pengguna. Pengguna dapat melacak keberadaan kurir dan mengetahui estimasi waktu pesanan sampai. Fitur Shopee Food merupakan bagian dari upaya Shopee untuk memperluas layanan mereka di bidang *e-commerce* dan membantu pengguna untuk mengakses berbagai pilihan makanan dari berbagai restoran favorit mereka dengan lebih mudah dan nyaman.

7. *Customer Service*

Layanan bantuan penjual dan pembeli yang aktif 24 jam.

8. *Voucher Diskon, Promo, Bundle dan Kombo Hemat*

Penawaran produk yang memberikan potongan harga dengan voucher, promo, bundle (diskon untuk pembelian paket), dan kombo hemat (gabungan beberapa produk dibeli bersamaan dengan harga yang lebih murah).

9. Program gratis ongkir *xtra*, cashback *xtra* dan 100% ori

Memberikan potongan ongkir dengan minimum belanja tertentu di pulau Jawa dan luar pulau Jawa. Serta program *cashback xtra* yang dapat diklaim untuk mendapatkan *cashback* berupa koin yang dapat digunakan untuk potongan harga pesanan selanjutnya. Shopee 100% ori memberikan garansi dan jaminan kepada pembeli untuk keoriginalitas/keaslian produk.

10. Shopee member

Program berjenjang yang memberikan keuntungan menarik di setiap tingkatannya. Shopee member terdiri dari classic, silver, gold dan platinum.

2.4 Tokopedia

Tokopedia atau PT. Tokopedia merupakan salah satu platform *e-commerce* jual beli online terbesar di Indonesia yang berpusat di Jakarta. Saat ini Tokopedia sudah menjangkau 99% dari kecamatan di Indonesia dan sudah memiliki lebih dari 100 juta pengguna aktif setiap bulannya. Tokopedia didirikan pada tanggal 6 Februari 2009 dan mulai diluncurkan ke publik pada tanggal 17 Agustus 2009 oleh sang pendiri William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison.

Tokopedia merupakan platform lokal dari Indonesia yang didirikan dengan misi untuk mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Tokopedia juga turut mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk

secara online untuk menambah dan menjangkau pelanggan lebih luas. Hal ini sesuai dengan misinya yang ingin mencapai pemerataan ekonomi secara digital. [14]

Tokopedia memiliki beragam produk mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga gaya hidup. Produk yang tersedia mulai dari Fashion, peralatan kantor dan rumah tangga, aksesoris, elektronik dan lainnya. Ada pula berbagai produk digital yang juga disediakan oleh Tokopedia untuk memberikan pengalaman yang menarik kepada pengguna antara lain TokoCash, Tiket, Air PDAM, angsuran kredit, pulsa, BPJS, Telkom, donasi, voucher game, Mitra toppers, dan lain-lain.

Pembelian barang di Tokopedia dapat dilakukan hanya melalui satu perangkat dan koneksi internet, mulai dari proses pemesanan hingga pembayaran tanpa harus bertatap muka. Hampir semua kebutuhan yang dicari tersedia pada aplikasi Tokopedia, tentunya hal ini akan mempermudah pengguna yang memiliki kesibukan dan tidak mempunyai waktu luang untuk keluar berbelanja ke toko. Berbelanja dapat dilakukan dimana saja pengguna berada. [15]

Tokopedia juga menghadirkan kenyamanan kepada pengguna saat berbelanja dengan beragam fitur dan program terbaru yang menarik yakni :

1. Pencarian dan Filter

Tokopedia dilengkapi fitur mesin pencari atau search engine yang memudahkan pembeli dalam menentukan dan mencari barang yang diinginkan. Filter juga tersedia untuk mempersempit hasil pencarian berdasarkan harga, merek, penjual, dan lainnya

2. Keranjang

Tempat pembeli mengumpulkan produk yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian.

3. Feed

Video siaran langsung dan video rekaman layaknya Tiktok yang menampilkan beragam video di dalam aplikasi Tokopedia.

4. Official Store

Toko online resmi dari merek atau penjual yang telah diakui dan diverifikasi oleh Tokopedia.

5. Wishlist

Fitur bagi pengguna untuk menyimpan produk yang diminati atau diinginkan tanpa harus langsung membelinya

6. Tokopedia Mall

Menampilkan produk-produk dari merek terkemuka dan jaminan kualitas

7. Tokopedia Care

Layanan pelanggan yang responsif untuk memberikan solusi terbaik dari pertanyaan dan keluhan pengguna.

8. Tokopedia Points

Rewards untuk pengguna, mendapatkan poin dari setiap transaksi yang diselesaikan dan dapat ditukar dengan berbagai keuntungan seperti diskon harga produk atau hadiah menarik lainnya.

9. Tokopedia Card

Kartu kredit untuk belanja online dan offline, bebas biaya tahunan, cicilan 0% di Tokopedia dan selalu dapat cashback.

10. Program Bebas Ongkir, Cashback dan Review/Ulasan

Bebas ongkir dengan minimal jumlah belanja tertentu dan *cashback* yang akan ditambahkan ke saldo TokoCash atau Tokopedia Pay pengguna.

Pengguna juga dapat melihat ulasan dan detail produk dari pembeli sebelumnya.

2.5 Lazada

Lazada Group adalah perusahaan *e-commerce* terkemuka yang berasal dari Singapura. Didirikan oleh Rocket Internet pada tahun 2012. Lazada Group SA merupakan salah satu anak Perusahaan dari Alibaba Group. Lazada diakuisisi Alibaba Group pada April 2016 sebanyak \$1 Miliar bersama sang pendiri, Rocket Internet. Investasi berlanjut hingga Juni 2017 sebesar \$1 Miliar dan pada Maret 2018 sebesar \$2 Miliar. Alibaba Group tercatat menguasai 83% saham di Lazada. [16]. Lazada juga beroperasi di beberapa negara di Asia Tenggara, yakni Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, Vietnam. Lazada memiliki pertumbuhan yang cepat, menawarkan pengalaman berbelanja online yang cepat, aman dan nyaman. Lazada menyediakan jutaan produk yang selalu ter-update setiap saat. Produk-produk yang tersedia di Lazada sangat lengkap mulai dari kebutuhan keluarga, gaya hidup modern, elektronik dan lainnya. Lazada sering memberikan pengalaman berbelanja yang menarik kepada pengguna dengan penawaran eksklusif mulai dari voucher diskon, promo terbaru dari brand/toko lokal maupun luar negeri.

Khusus pengguna baru, Lazada memberikan penawaran gratis ongkir secara langsung dan juga voucher diskon tambahan. Tak jarang Lazada turut menghadirkan artis tanah air maupun internasional untuk mempromosikan layanan mereka. Adapun artis tanah air yang ditunjuk menjadi Brand Ambassador yaitu Isyana Sarasvati, Tiara Andini dan Maudy Ayunda yang baru saja ikut bergabung

pada September 2023. Lazada terus mengembangkan aplikasinya untuk memberikan pengalaman pengguna terbaik juga sebagai aplikasi terpercaya dan terkemuka di Asia Tenggara hingga saat ini. [17]

Lazada menghadirkan beragam fitur dan program terbaru untuk memberikan pengalaman menarik bagi pengguna, antara lain :

1. Pencarian produk

Mesin pencari produk yang diinginkan pengguna yang terintegrasi dengan berbagai filter untuk mempersempit hasil pencarian.

2. Keranjang

Tempat mengumpulkan barang yang akan dibeli sebelum proses pemesanan.

3. Kategori

Fitur yang memudahkan pengguna untuk mencari berdasarkan kategori dari produk yang diinginkan.

4. Customer Care

Layanan 24 jam dari customer service Lazada untuk membantu menyelesaikan masalah dan memberikan solusi kepada pengguna.

5. Wishlist dan Peningat

Pengguna menyimpan produk yang diinginkan untuk dibeli kemudian hari dan pengingat jika terdapat promo diskon untuk produk tersebut.

6. LazMall

Berisi produk-produk original yang mempunyai merek dan dikelola oleh Lazada.

7. LazBlog

Berisi blog dan informasi tentang tren belanja, ulasan produk, tips dan berbagai konten menarik lainnya.

8. Voucher dan diskon

Beragam voucher menarik untuk pengguna seperti voucher LazMall Brand dan voucher seller terbaik untuk mendapatkan potongan harga saat pemesanan.

9. Gratis ongkir, COD, pengembalian dan garansi

Program gratis ongkir untuk pengguna, pembayaran COD dengan uang tunai saat pesanan sampai, dan kebijakan garansi pengembalian produk.

10. Program keanggotaan

Program seperti Lazada rewards atau keanggotaan premium misalnya Lazada Plus memberikan keuntungan tambahan bagi pengguna.

2.6 HEART Framework

HEART Framework adalah alat ukur yang mengidentifikasi kualitas dari *user experience* pada suatu produk atau layanan teknologi informasi. *HEART Framework* dibuat oleh Kerry Rodden, Hilary Hutchinson dan Xin Fu, sekelompok tim peneliti *user experience* asal Google. [18] *HEART Framework* dirancang untuk membantu tim UX fokus pada aspek tertentu dari pengalaman pengguna yang ingin mereka tingkatkan, serta mengidentifikasi tujuan konkret dan metrik pengalaman pengguna untuk mengukur keberhasilan.

HEART Framework mempersempit fokus penelitian pada pengguna dengan 5 *user metrics* dan mengukurnya agar dapat dievaluasi secara objektif. Sesuai dengan namanya, *HEART* merupakan singkatan dari 5 metrik dalam pengembangan

user experience, yaitu *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention* dan *Task Success*.

HEART framework dengan 5 aspek untuk diteliti, antara lain : [19]

1. *Happiness* atau Kebahagiaan

Adalah pengukuran terhadap kesenangan, kepuasan, ketertarikan dan kemudahan pengguna dalam menggunakan suatu aplikasi. *Happiness* dapat diukur melalui survei, rating pada aplikasi atau ulasan pengguna.

2. *Engagement*

Pengukuran interaksi pengguna pada suatu aplikasi dalam jangka waktu tertentu, seperti berapa kali pengguna mengakses aplikasi per minggu.

3. *Adoption*

Jumlah pengguna baru dan pengguna tetap, pengguna yang menggunakan fitur baru pada aplikasi serta jumlah pembelian juga dapat menjadi alat ukur *Adoption*.

4. *Retention*

Jumlah pengguna yang masih bertahan atau menggunakan suatu aplikasi dalam jangka waktu tertentu.

5. *Task Success*

Tingkat keberhasilan atau kegagalan pengguna saat melakukan proses transaksi atau proses lainnya yang diinginkan.

Adapun 3 konsep penting yang ditentukan sebelum diintegrasikan kedalam *HEART Framework*, yaitu : [20]

1. *Goals*

Menentukan tujuan dari aplikasi atau fitur yang tetap mempertimbangkan *user experience*.

2. *Signals*

Analisis tindakan pengguna berdasarkan tujuan yang ditentukan. Petunjuk apakah tujuan yang ingin dicapai sudah tercapai atau tidak. Mengevaluasi sejauh mana tujuan tersebut sudah terpenuhi.

3. *Metrics*

Melihat hasil dari sinyal ke dalam skala likert/pengukuran. Ukuran konkret untuk mengukur setiap aspek pada *HEART Framework*.

Tabel 2.1 HEART Framework

	Goals	Signal	Metrics
Happiness			
Engagement			
Adoption			
Retention			
Task Success			

Goals harus jelas dan dapat merepresentasikan tujuan dari produk, selanjutnya *signal* harus dapat mendeskripsikan dengan jelas apa tanda tanda yang dihasilkan dari pengguna dan *metrics* harus dapat menjadi acuan penilaian dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden untuk dapat mendeskripsikan hasil, sebagai contoh pada aplikasi Zenius yang dijelaskan pada tabel 2.2 [20]

Tabel 2.2 Konsep Penting HEART Framework

	Goal	Signal	Metrics
--	------	--------	---------

H	Menargetkan 80% pengguna memberikan feedback yang positif dan baik terhadap pengalaman menggunakan fitur	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang mengedepankan aspek kepuasan dan kenyamanan pengguna	Bentuk jawaban kuesioner akan menggunakan skala likert 1 sampai 5 dan peneliti akan menghitung persentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.
E	Menargetkan 80% pengguna aplikasi ZENIUS setidaknya menggunakan aplikasi dua kali dalam satu minggu	Melakukan pengukuran dengan mengukur jumlah akses pengguna per minggu, serta memberikan pernyataan berdasarkan pada aspek keterikatan dengan aplikasi	Ukuran dalam bentuk persentase dari jumlah login pengguna setiap minggunya dengan persentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.

A	Menargetkan 80% pengguna mengakses aplikasi ZENIUS setidaknya tiga kali dalam minggu pertama.	Melakukan pengukuran dengan mengukur jumlah login pengguna dalam minggu pertama, serta memberikan pernyataan berdasarkan pada aspek adopsi.	Mengukur persentase dari jumlah login pengguna pada minggu pertamanya dengan persentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.
R	Menargetkan 80% pengguna aplikasi ZENIUS minimal setiap minggu sekali mengunjungi aplikasi begitu juga minggu selanjutnya.	Melakukan pengukuran dengan mengukur jumlah pengguna yang kembali dan memberikan pernyataan dengan berorientasi pada aspek retention.	Mengukur persentase dari jumlah pengguna yang melakukan aktivitas dengan aplikasi satu kali dalam satu minggu dan kembali setiap minggunya. Dengan menggunakan persentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat

			setuju atau skala 4 dan 5.
T	Menargetkan 80% pengguna aplikasi berhasil menggunakan fitur yang tersedia pada aplikasi ZENIUS.	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang berdasarkan pada aspek Task Success.	Peneliti akan menghitung persentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5 sebagai bahan pengukuran.

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya dapat dijabarkan seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2.3 Penelitian *HEART Framework* Terdahulu

Nama Pengarang (Tahun)	Judul	Keterangan
Agdeka Cory Zarkasi, Anita Sari	Analisa User Experience terhadap Fitur di Aplikasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perlu ada beberapa perbaikan dalam berbagai aspek seperti desain ulang

Wardani, Sucipto (2022)	Zenius Menggunakan HEART Framework	tampilan dengan memperhatikan aspek kenyamanan pengguna dan tampilan antarmuka, inovasi fitur, penambahan fitur serta sosialisasi fitur.
Okta Verina Tri Utami, Citra Wiguna, Dwi Mustika Kusumawardani (2021)	Implementasi dan Pengukuran Pengalaman Pengguna Sistem Informasi Rehabilitasi Korban Penyalahgunaan NAPZA Menggunakan HEART Framework	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Happiness 50% Sangat Setuju, variabel Engagement 43% Sangat Setuju, variabel Adoption 45% Sangat Setuju, variabel Retention 34% Sangat Setuju, dan Task Success 38% Sangat Setuju. Hasil menunjukkan tiga dari lima variabel HEART framework bernilai sangat setuju, yang memiliki arti sistem informasi rehabilitasi yang telah dievaluasi dapat diterima berdasarkan pengalaman pengguna. Sistem informasi rehabilitasi telah dilakukan pengukuran dan menunjukkan level usability pada kriteria “very high” dengan menggunakan Correlation

		Coefficient berdasarkan lima variabel HEART framework.
Mayang Pristantya, Indra Lukmana Sardi, Angelina Prima Kurniati (2023)	Analisis dan Evaluasi User Experience Membaca Buku Digital pada Aplikasi Buku Digital Menggunakan Heart Framework (Studi Kasus: Gramedia Digital)	Berdasarkan survei prariset yang sudah dilakukan, aplikasi Gramedia Digital menjadi salah satu aplikasi buku digital yang banyak digunakan oleh pembaca buku di Indonesia. Berdasarkan hasil prariset yang sudah dilakukan kepada 21 orang, ditemukan beberapa fakta yang muncul dari pengguna aplikasi Gramedia Digital. Hal-hal tersebut dinilai dapat mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan pengguna dalam membaca buku digital. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur UX kepada pengguna aplikasi Gramedia Digital menggunakan HEART Framework. HEART (Happiness, Engagement, Adoption, Retention, Task Success) Framework, dipilih untuk dapat menentukan user-centered metric

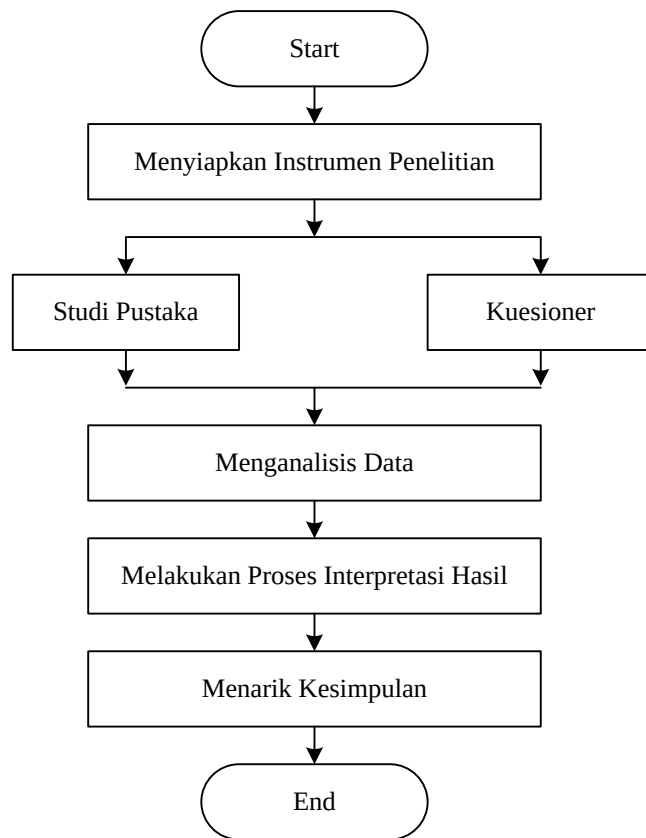
		agar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Melalui pengukuran UX pada aplikasi Gramedia Digital diharapkan akan muncul saran dan perbaikan dengan melakukan re-design dengan menggunakan metode UCD (User-Centered-Design) pada aplikasi Gramedia Digital.
--	--	--

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Analisis

Tahapan penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk *flowchart* seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 3.1 *Flowchart* dari Tahapan Penelitian

Tahapan atau langkah kerja dari penelitian ini dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Menyiapkan instrumen penelitian.

Pada tahapan ini, akan disiapkan instrumen yang diperlukan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, akan digunakan teknik kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2. Melakukan proses pengumpulan data.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Studi Pustaka

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan teori-teori yang akan digunakan dalam proses penyelesaian laporan skripsi, dengan mencari dan mengeksplorasi buku atau bahan tulisan yang berhubungan dengan topik penelitian. Bahan yang diperlukan akan dicari dan dikumpulkan dari berbagai sumber di internet yang berupa jurnal-jurnal ilmiah baik jurnal nasional maupun jurnal internasional, terutama yang berhubungan dengan metode *HEART Framework*.

- 2) Kuesioner

Penulis akan membuat kuesioner dengan menggunakan *Google Form* dan membagikannya kepada beberapa orang mahasiswa yang merupakan kawan dari penulis.

3. Menganalisis data.

Langkah awal dari proses analisis data adalah menentukan jumlah sampel yang harus dikumpulkan. Data yang diperoleh akan dikonversikan ke dalam bentuk angka dengan menggunakan skala *Likert*. Setelah itu, akan dilakukan proses uji validitas terhadap data yang dikumpulkan dengan metode Korelasi *Product*

Moment dan uji reliabilitas terhadap data yang dikumpulkan dengan metode *Alpha Cronbach*.

4. Melakukan proses interpretasi hasil.

Proses interpretasi hasil akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS yang dapat dijalankan pada sistem operasi Windows. Data yang diperoleh sebelumnya akan dimasukkan ke dalam aplikasi SPSS untuk diolah, sehingga diperoleh hasil akhir.

5. Menarik kesimpulan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dari tahapan sebelumnya, akan ditarik kesimpulan mengenai perbandingan layanan aplikasi *e-commerce*.

3.1.1 Analisis Masalah

Objek pada penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada. Menurut data *Similarweb*, saat ini Shopee merupakan situs *e-commerce* kategori *marketplace* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Pada September 2023, situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun (*year-to-date/ytd*). Pertumbuhan pengunjung Shopee itu jauh melampaui para pesaing utamanya, yaitu Tokopedia dan Lazada. Pada September 2023, situs Tokopedia tercatat meraih 88,9 juta kunjungan, merosot 31% dibanding awal tahun (*ytd*). Dalam periode sama perolehan situs Lazada anjlok 48% (*ytd*) jadi 47,7 juta kunjungan.

Mengingat persaingan jumlah pengguna antara Shopee, Tokopedia dan Lazada yang semakin sengit, maka perlu dilakukan riset mengenai kualitas layanan dari aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada agar dapat memberikan masukan

kepada pihak manajemen perusahaan dalam rangka ekspansi bisnis perusahaan ke depannya. Pada penelitian ini, responden akan mengisi *Google Form* yang berisi sekumpulan pertanyaan yang telah disusun dan kumpulan jawaban yang diberikan oleh para responden merupakan data yang akan diolah pada penelitian ini.

3.1.2 Instrumen Penelitian

Metode HEART Framework memerlukan 3 konsep penting yang harus ditentukan terlebih dahulu seperti terlihat pada tabel perincian berikut:

Tabel 3.1 Konsep Penting HEART Framework

	Goal	Signal	Metrics
H	Menargetkan 80% pengguna memberikan feedback yang positif dan baik terhadap pengalaman menggunakan fitur	Melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan pernyataan yang mengedepankan aspek kepuasan dan kenyamanan pengguna	Bentuk jawaban kusioner akan menggunakan skala likert 1 sampai 5 dan peneliti akan menghitung presentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.
E	Menargetkan 80% pengguna aplikasi	Melakukan pengukuran dengan	Memberikan pertanyaan seputar

	Shopee, Tokopedia dan Lazada setidaknya menggunakan aplikasi dua kali dalam satu minggu	mengukur jumlah akses pengguna per minggu, serta memberikan pernyataan berdasarkan pada aspek keterikatan dengan aplikasi	prioritas pemakaian aplikasi dengan presentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.
A	Menargetkan 80% pengguna mengakses aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada setidaknya tiga kali dalam minggu pertama.	Melakukan pengukuran dengan mengukur jumlah login pengguna dalam minggu pertama, serta memberikan pernyataan berdasarkan pada aspek adopsi.	Memberikan pertanyaan seputar akan sering menggunakan aplikasi dan <i>upgrade</i> status langganan <i>user</i> dengan mengukur presentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.
R	Menargetkan 80% pengguna aplikasi Shopee, Tokopedia dan	Melakukan pengukuran dengan mengukur jumlah pengguna yang	Memberikan pertanyaan seputar seringnya pemakaian aplikasi dengan

	Lazada minimal setiap minggu sekali mengunjungi aplikasi begitu juga minggu selanjutnya.	kembali dan memberikan pernyataan dengan berorientasi pada aspek <i>retention</i> .	mengukur presentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5.
T	Menargetkan 80% pengguna aplikasi berhasil menggunakan fitur yang tersedia pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.	Melakukan penyebaran kuisisioner dengan memberikan pernyataan yang berdasarkan pada aspek Task Success.	Peneliti akan menghitung presentase pengguna yang menjawab setuju dan sangat setuju atau skala 4 dan 5 sebagai bahan pengukuran.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden. Kuesioner dapat diisi oleh responden secara *online*, karena dibuat dengan menggunakan *google form*.

Pilihan jawaban yang diberikan dapat berupa 5 pilihan yang terdiri dari 12 soal pertanyaan. Adapun rancangan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Rancangan Kuesioner

Dimensi		Indikator
<i>Happiness</i>	H1	Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Shopee, Tokopedia dan Lazada berfungsi dengan baik.
	H2	Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
	H3	Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan.
<i>Engagement</i>	E1	Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan.
	E2	Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya.
<i>Adoption</i>	A1	User tertarik untuk melakukan <i>upgrade</i> status langganan <i>user</i> -nya.
	A2	Pada saat awal pemakaian aplikasi, <i>user</i> sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat-lihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan.
<i>Retention</i>	R1	Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat.
	R2	Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya.
<i>Task Success</i>	T1	Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan.
	T2	Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan

		mudah.
	T3	Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat.

3.1.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner mengenai kualitas layanan dari aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memanfaatkan *Google Form* yang akan disebar pada kepada para pengguna aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada. Interval pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal dengan skala skor 1 sampai 5 dengan pertanyaan sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sumber : [22]

Tabel 3.3 Skala Skor Perhitungan

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral/OK	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.1.4 Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-

kriteria tertentu. Menurut Sujarweni, *Sampling Purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria.

Alasan menggunakan teknik *Sampling Purposive* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.1.5 Interpretasi Hasil

Setelah dilakukan analisis data diperoleh atribut-atribut dari dimensi-dimensi tingkat kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan kembali agar kepuasan mitra atau pelanggan terpenuhi. Dalam hal ini yang perlu dilakukan dalam peningkatan kualitas pelayanan adalah atribut kualitas pelayanan yang mendapatkan kesenjangan antara harapan dan persepsi. Adapun dalam menganalisis akar penyebab masalah dengan menggunakan diagram sebab akibat.

3.1.6 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Rata-rata jumlah pengguna aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada adalah sebesar $(234 + 88.9 + 47.7) / 3 = 123.53$ juta. Berdasarkan jumlah pengguna itu, maka akan digunakan rumusan *Slovin* untuk menghitung total jumlah responden. Jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dengan tingkat kesalahan 10% dihitung dengan rumus *Solvin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N * e^2}$$

$$n = \frac{123.530.000}{1 + 123.530.000 * (0,1)^2}$$

$$n = 99.9999$$

Hal ini berarti bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan masyarakat kota Medan yang sering menggunakan aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada untuk melakukan pemesanan produk yang diinginkannya. Masyarakat kota Medan yang dijadikan sebagai sasaran penyebaran kuesioner ini adalah orang dewasa dengan usia sekitar 20 tahun sampai 45 tahun.

Penelitian mengambil sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner menggunakan *Google Forms* dalam bentuk *link*. Kemudian jawaban responden akan dikirim ke dalam aplikasi Microsoft Excel untuk dapat diolah.

3.1.7 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variable yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Rumus korelasi yang digunakan adalah Rumus Korelasi *Product Moment*: [18]

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \quad (1)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variable x dan y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

Selanjutnya harga r_{xy} dikonsultasi dengan r tabel product moment dengan taraf signifikan 5%. Apabila r hitung > r tabel maka artinya item-item tersebut diatas valid [18].

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi Microsoft Excel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode *Pearson Correlation*. *Pearson Correlation* merupakan uji statistik untuk mengetahui hubungan antara dua variabel kontinu. Outputnya diberikan sebagai koefisien korelasi Pearson (r) yang merupakan nilai yang berkisar antara -1 hingga 1 untuk menunjukkan kekuatan asosiasi. Nilai r berikut menunjukkan arah dan kekuatan asosiasi.

r = -1: Asosiasi negatif sempurna

r = 0: Tidak ada hubungan

r = +1: Asosiasi positif sempurna

Cara melakukan pengujian validitas dengan metode *Pearson Correlation* menggunakan aplikasi Microsoft Excel adalah sebagai berikut:

= Pearson(array1, array2)

Array1 berisi daerah dari kumpulan nilai pernyataan 1 yang akan dibandingkan.

Sedangkan, array2 berisi dari daerah dari kumpulan nilai pernyataan 2.

3.1.8 Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Reliabilitas tidak sama dengan validitas artinya

pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama [18].

Tingkat rendahnya reliabilitas, secara empiric ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika $\geq$ dari 0.700. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus *Alpha Cronbach* [18]:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right) \quad (2)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = varian total

Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika α 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliable [18].

Metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan dalam proses pengujian reliabilitas. Perhitungan metode *Cronbach's Alpha* dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi Microsoft Excel. *Chronbach's Alpha* adalah metode untuk menilai konsistensi internal dari kuesioner atau survei. *Cronbach's Alpha*

berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa survei atau kuesioner tersebut lebih dapat diandalkan.

Contoh langkah demi langkah berikut menjelaskan cara menghitung *Cronbach's Alpha* di Excel.

Langkah 1: Masukkan Data

Data yang dimasukkan berupa data hasil kuesioner yang diperoleh, seperti yang bisa dilihat pada gambar berikut:

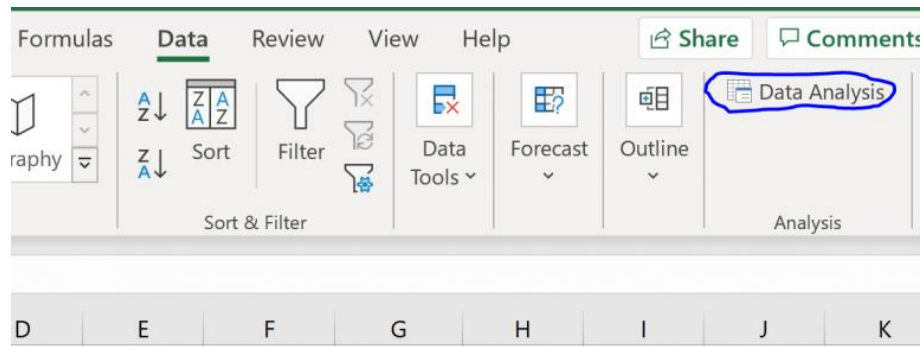
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4											
2	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4											
3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4											
4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4											
5	5	5	4	4	4	1	4	4	4	4											
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4											
7	4	5	4	4	5	2	4	3	2	4											
8	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4											
9	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4											
10	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4											
11	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4											
12	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5											
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3											
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4											
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3											
16	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5											
17	1	1	1	1	1	2	2	2	1	4											
18	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4											
19	5	5	5	5	5	1	4	4	4	4											
20	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3											
21	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4											
22	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4											
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4											

Gambar 3.2 Masukkan Data

Langkah 2: Lakukan ANOVA Dua Faktor Tanpa Replikasi

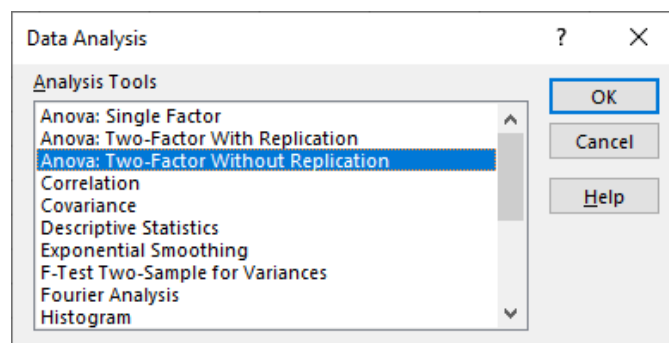
Selanjutnya kita akan melakukan ANOVA dua arah tanpa replikasi.

Untuk melakukannya, klik tab Data di sepanjang pita atas, lalu klik opsi Analisis Data di bawah grup Analisis:

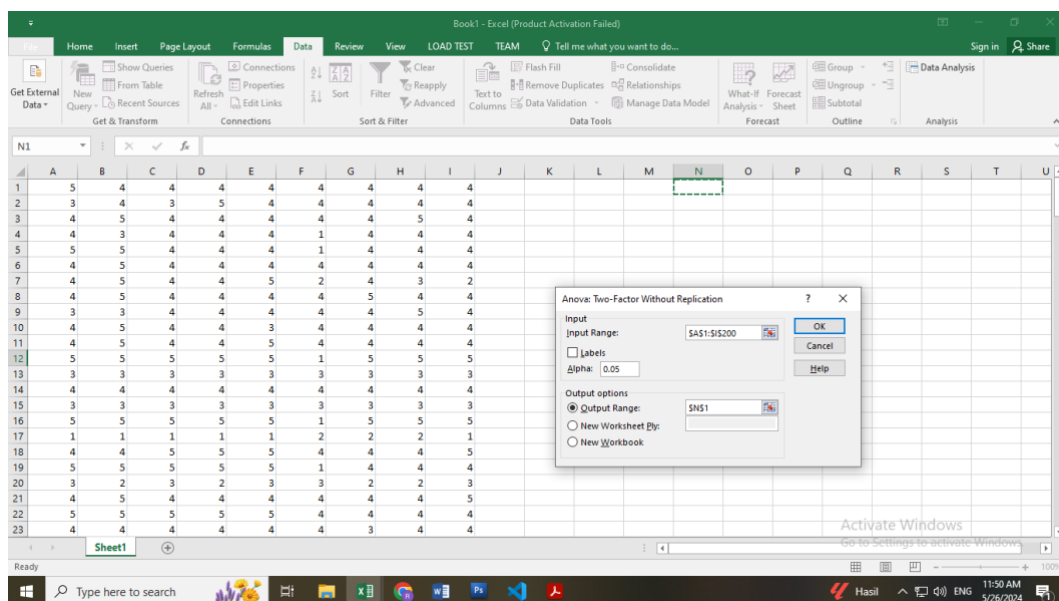


Gambar 3.3 Pilih Data Analysis

Di menu tarik-turun yang muncul, klik Anova: Dua Faktor Tanpa Replikasi lalu klik OK. Di jendela baru yang muncul, isi informasi berikut lalu klik OK:



Gambar 3.4 Klik Anova: Dua Faktor Tanpa Replikasi



Gambar 3.5 Isi Input dan Output Range

Hasil yang diperoleh dapat terlihat pada gambar berikut:

The screenshot shows an Excel spreadsheet with a data table in columns A through L and an ANOVA summary table in columns N through R. The data table contains 23 rows of numerical data. The ANOVA summary table is titled 'Anova: Two-Factor Without Replication' and includes a 'SUMMARY' section with columns for Count, Sum, Average, and Variance. The data table is as follows:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4				
2	3	4	3	5	4	4	4	4	4				
3	4	5	4	4	4	4	4	5	4				
4	4	3	4	4	4	1	4	4	4				
5	5	5	4	4	4	1	4	4	4				
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4				
7	4	5	4	4	5	2	4	3	2				
8	4	5	4	4	4	4	5	4	4				
9	3	3	4	4	4	4	4	5	4				
10	4	5	4	4	3	4	4	4	4				
11	4	5	4	4	5	4	4	4	4				
12	5	5	5	5	5	1	5	5	5				
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
16	5	5	5	5	5	1	5	5	5				
17	1	1	1	1	1	2	2	2	1				
18	4	4	5	5	5	4	4	4	5				
19	5	5	5	5	5	1	4	4	4				
20	3	2	3	2	3	3	2	2	3				
21	4	5	4	4	4	4	4	5	5				
22	5	5	5	5	5	4	4	4	4				
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4				

The ANOVA summary table is as follows:

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
Row 1	9	37	4.111111	0.111111
Row 2	9	35	3.888889	0.361111
Row 3	9	38	4.222222	0.194444
Row 4	9	32	3.555556	1.027778
Row 5	9	35	3.888889	1.361111
Row 6	9	37	4.111111	0.111111
Row 7	9	33	3.666667	1.25
Row 8	9	38	4.222222	0.194444
Row 9	9	35	3.888889	0.361111
Row 10	9	36	4	0.25
Row 11	9	38	4.222222	0.194444
Row 12	9	41	4.555556	1.777778
Row 13	9	27	3	0
Row 14	9	36	4	0
Row 15	9	27	3	0
Row 16	9	41	4.555556	1.777778
Row 17	9	12	1.333333	0.25
Row 18	9	40	4.444444	0.277778
Row 19	9	38	4.222222	1.694444
Row 20	9	23	2.555556	0.277778

Gambar 3.6 Hasil yang Diperoleh

Langkah 3: Hitung Alpha Cronbach

Selanjutnya kita akan menggunakan rumus berikut untuk menghitung Cronbach's Alpha:

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the calculation of Cronbach's Alpha. The formula bar shows the formula $=1-(Q220/Q218)$. The data table is as follows:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
213														Column 9	200	785	3.925	0.672739			
214																					
215																					
216																					
217																					
218																					
219																					
220																					
221																					
222																					
223																					
224																					
225																					
226																					
227																					
228																					
229																					
230																					
231																					
232																					
233																					
234																					
235																					

The ANOVA summary table is as follows:

Source of Variance	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	793.2978	199	3.986421	11.89971	2.3E-204	1.183336
Columns	50.9	8	6.3625	18.99246	1.79E-27	1.944209
Error	533.3222	1592	0.335001			
Total	1377.52	1799				

The calculation of Cronbach's Alpha is shown in the formula bar and cell R224:

$$\text{Cronbach's alpha} = 1 - (Q220/Q218)$$

Gambar 3.7 Perhitungan Cronbach's Alpha

Aturan dari nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Aturan Nilai Cronbach's Alpha

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Internal consistency</i>
$0.9 \leq \alpha$	<i>Excellent</i>
$0.8 \leq \alpha < 0.9$	<i>Good</i>
$0.7 \leq \alpha < 0.8$	<i>Acceptable</i>
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	<i>Questionable</i>
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	<i>Poor</i>
$\alpha < 0.5$	<i>Unacceptable</i>

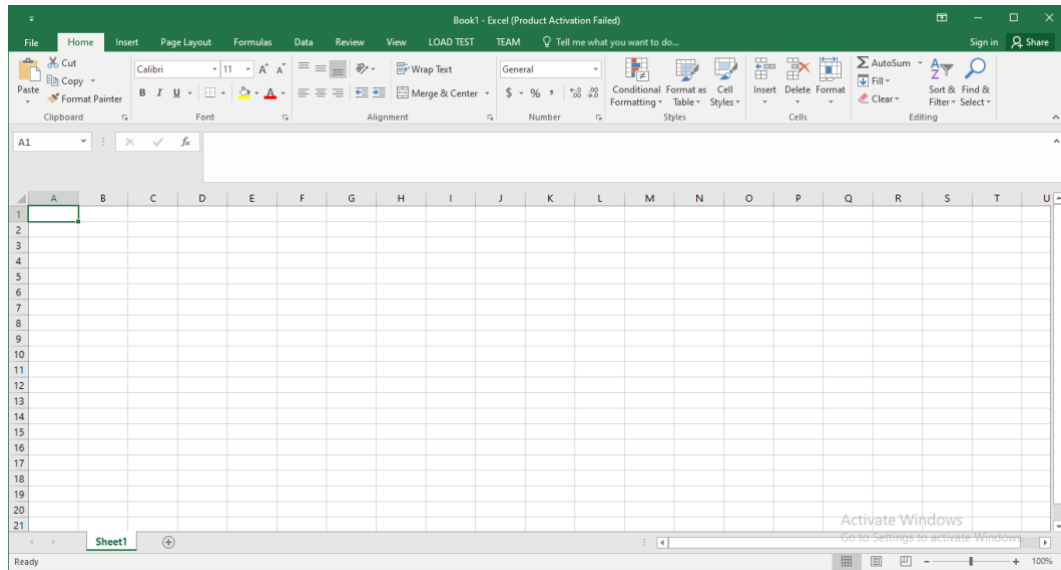
3.2 Perancangan

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner dalam melakukan pengumpulan data. Rancangan kuesioner yang digunakan dapat dirincikan sebagai berikut:

The screenshot shows a Google Form titled "Kuesioner Lazada". The question is: "Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Lazada berfungsi dengan baik." (Features provided by the Lazada e-commerce application function well). The response options are a five-point Likert scale: "Sangat Setuju" (Strongly Agree), "Setuju" (Agree), "Kurang Setuju" (Disagree), "Tidak Setuju" (Disagree), and "Sangat Tidak Setuju" (Strongly Disagree). The form is displayed in a web browser window with the URL: https://docs.google.com/forms/d/1e1PmMfblauX8Kb3e5yalopiLMFanEns2yIbZDxE8ip/.

Gambar 3.8 Rancangan Kuesioner

Sementara itu, untuk melakukan perhitungan akan digunakan aplikasi Microsoft Excel. Tampilan aplikasi Microsoft Excel dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.9 Tampilan Aplikasi Microsoft Excel

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Pengumpulan Data

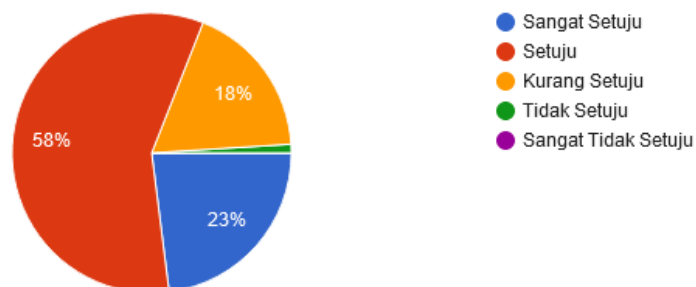
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 100 responden melalui penyebaran kuesioner, hasil dari jawaban kuesioner akan diolah serta dianalisis. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 12 pertanyaan, dimana 3 pertanyaan *happiness*, 2 pertanyaan *engagement*, 2 pertanyaan *adoption*, 2 pertanyaan *retention* dan 3 pertanyaan *task success*.

Kuesioner yang dibagi kepada 100 responden yang menggunakan aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada. Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 3 Juni 2024 sd 15 Juni 2024, dimana format kuesioner disusun dengan menggunakan *Google Form* dan pembagiannya dilakukan secara *online* melalui *email* dan *messenger*.

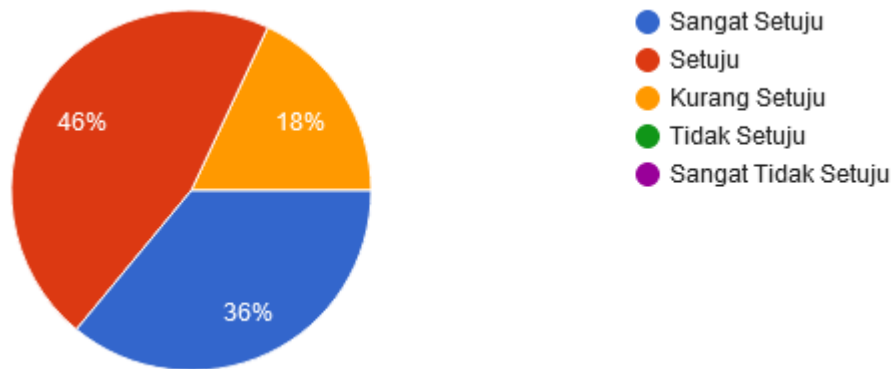
Berikut adalah data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner:

1. Kuesioner Shopee

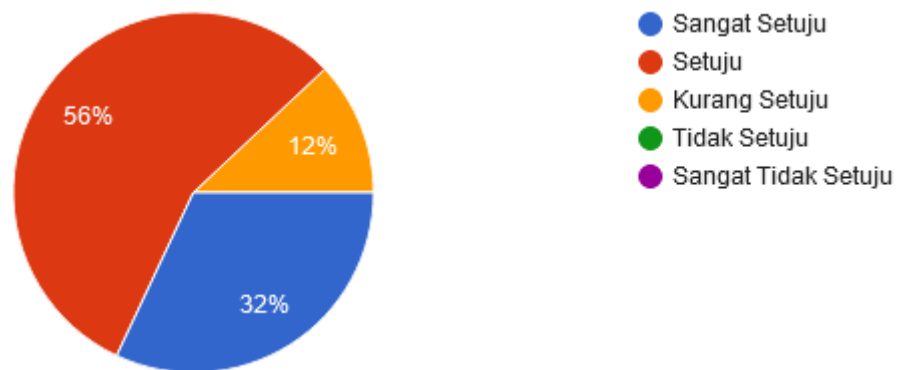
- a. Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi *e-commerce* Shopee berfungsi dengan baik



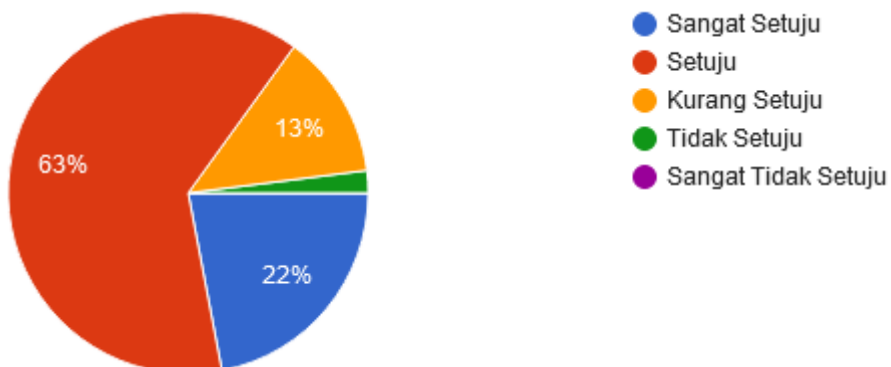
b. Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan



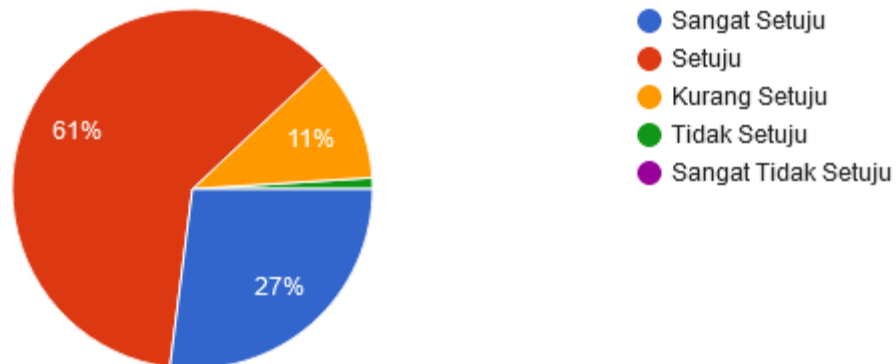
c. Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan



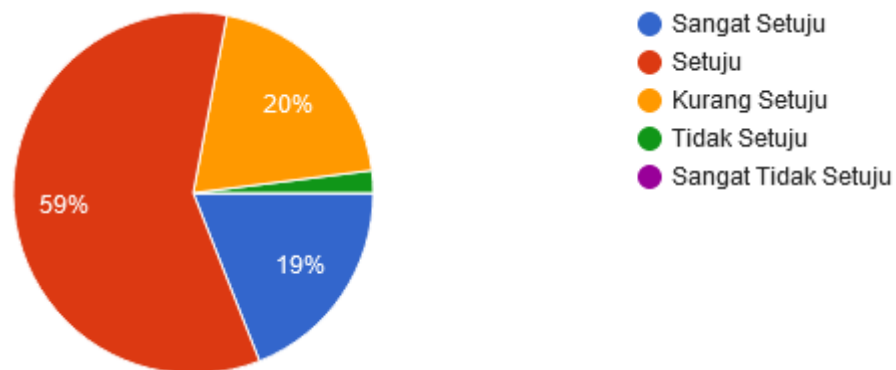
d. Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan



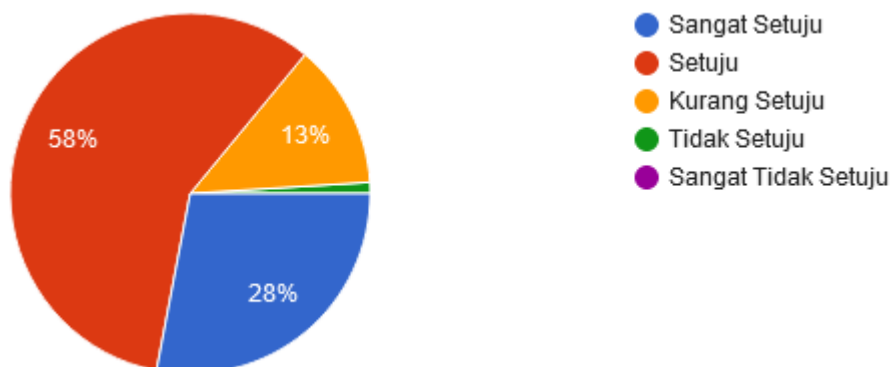
- e. Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya



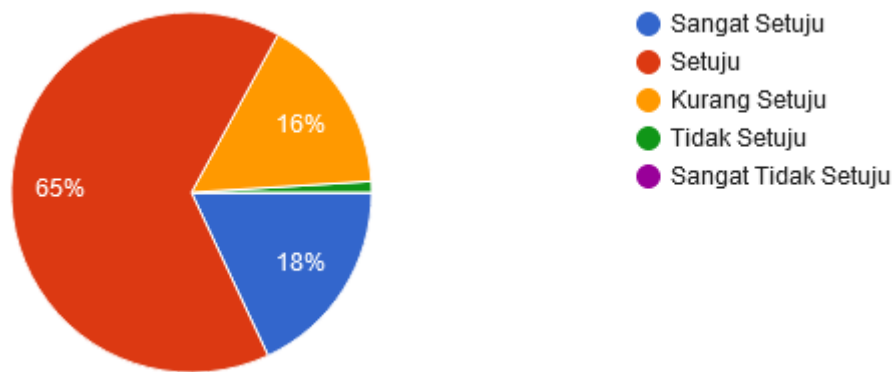
- f. *User* tertarik untuk melakukan *upgrade* status langganannya



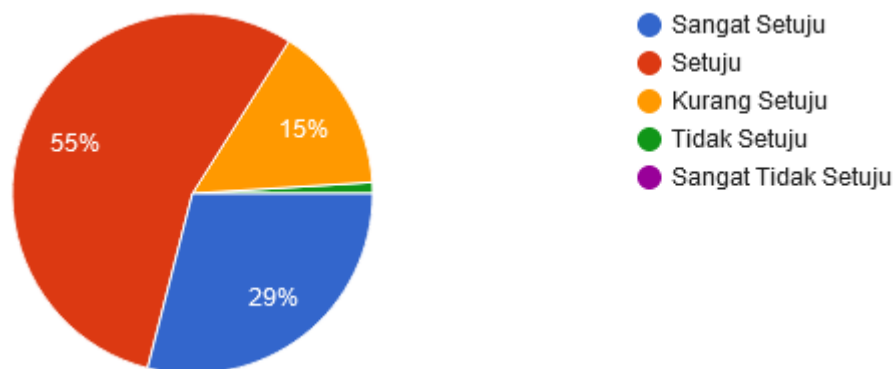
- g. Pada saat awal pemakaian aplikasi, *user* sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat-lihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan



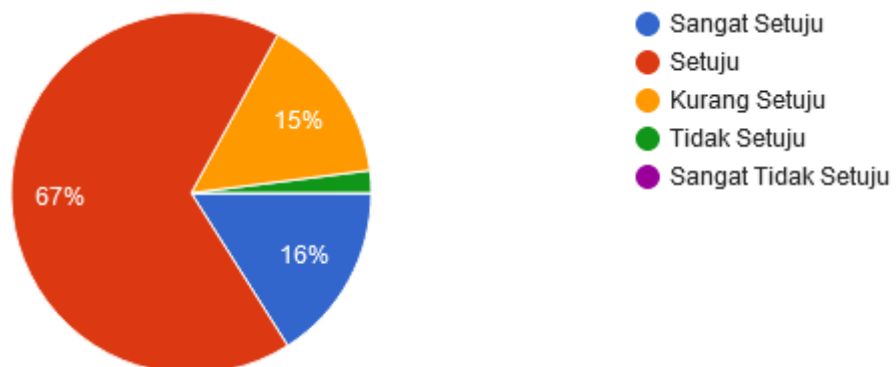
- h. Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat



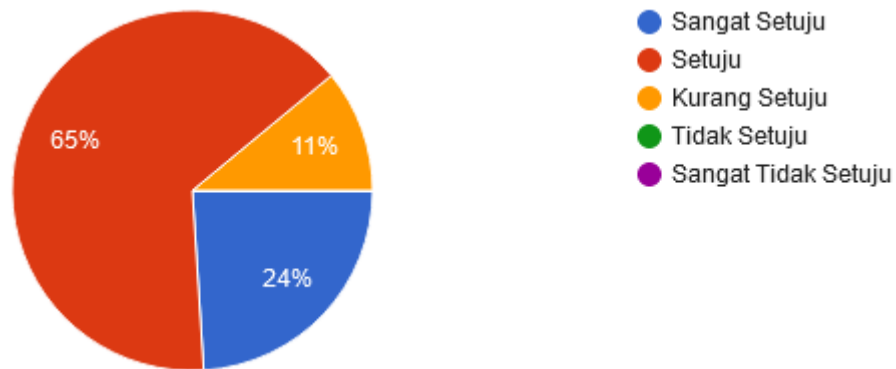
- i. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya



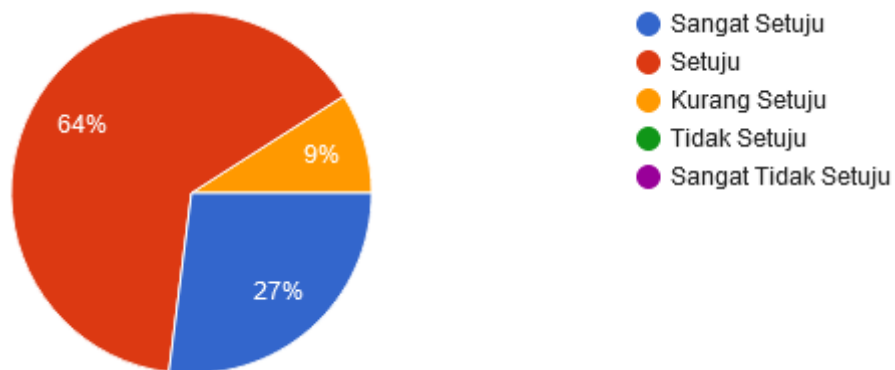
- j. Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan



- k. Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah

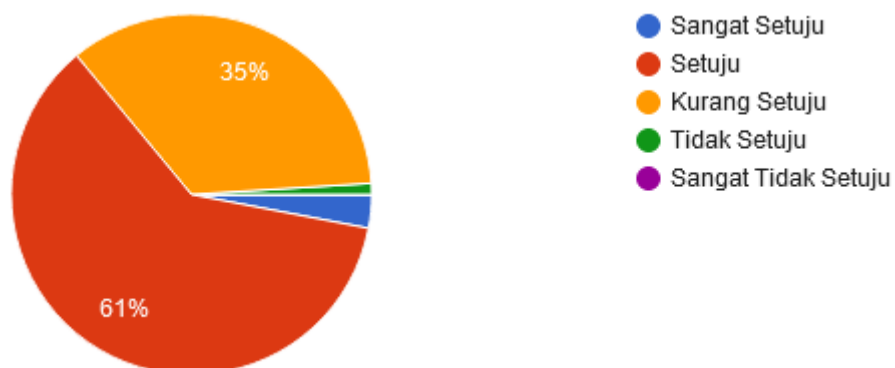


- l. Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat

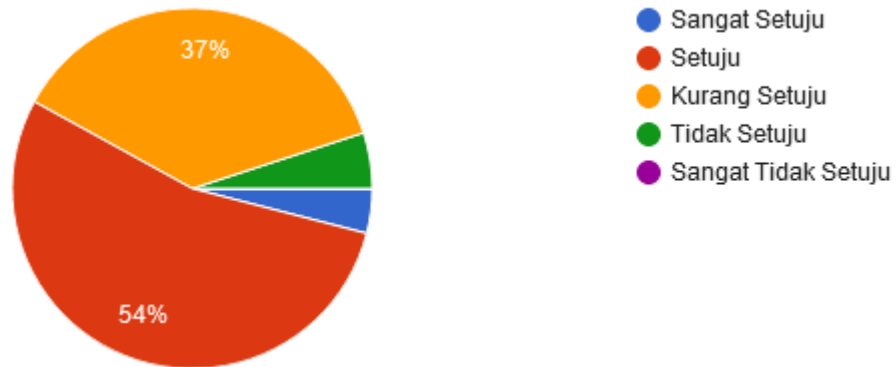


2. Kuesioner Tokopedia

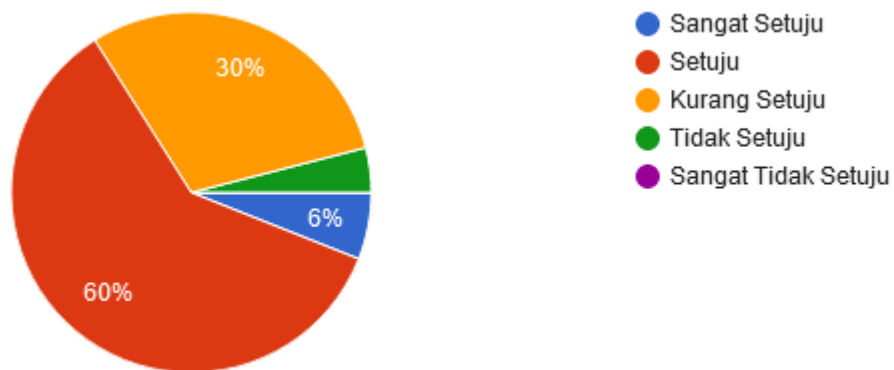
- a. Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Tokopedia berfungsi dengan baik.



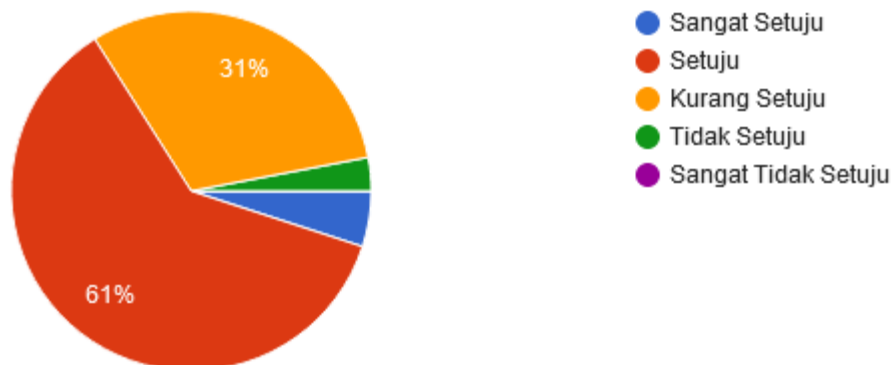
b. Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan



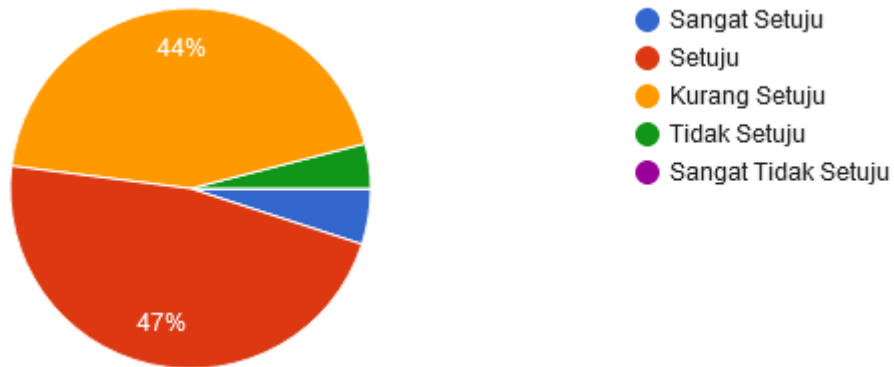
c. Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan



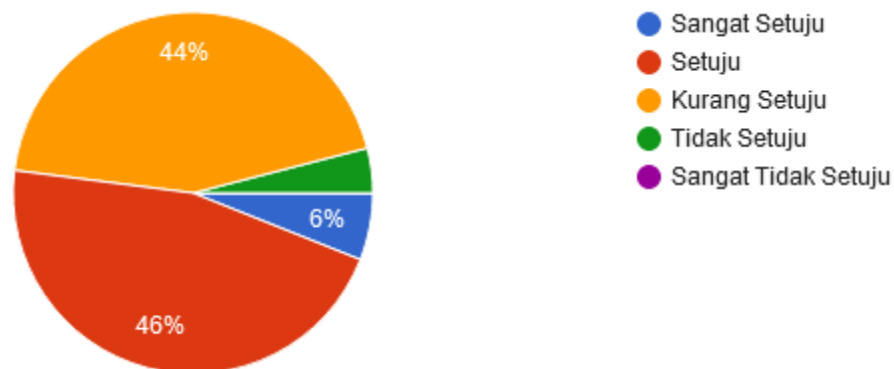
d. Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan



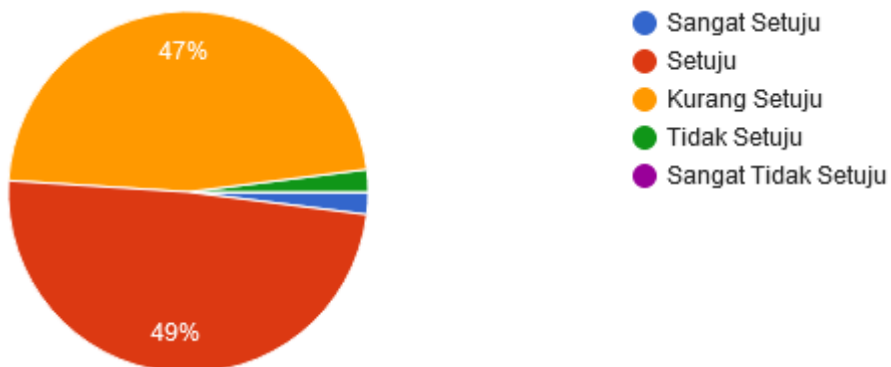
- e. Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya



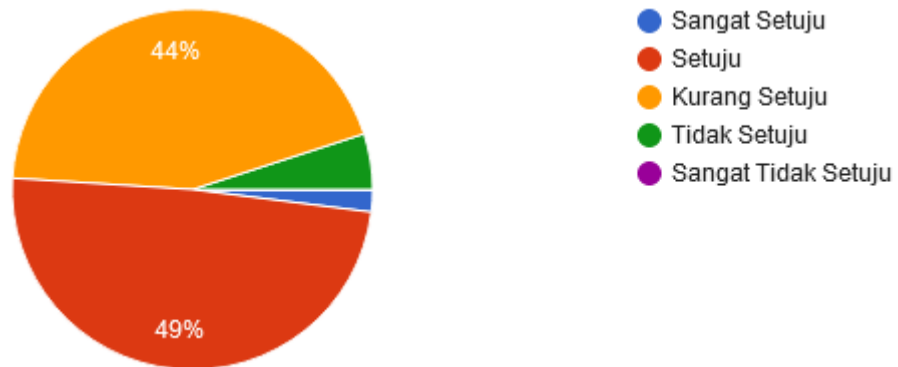
- f. User tertarik untuk melakukan *upgrade* status langganannya



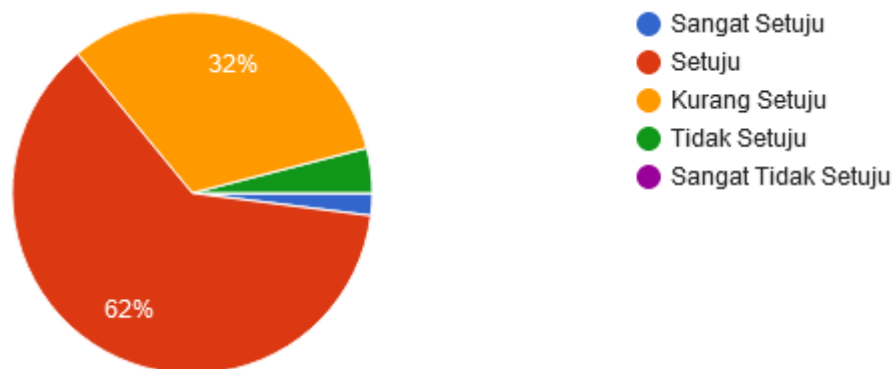
- g. Pada saat awal pemakaian aplikasi, user sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat-lihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan



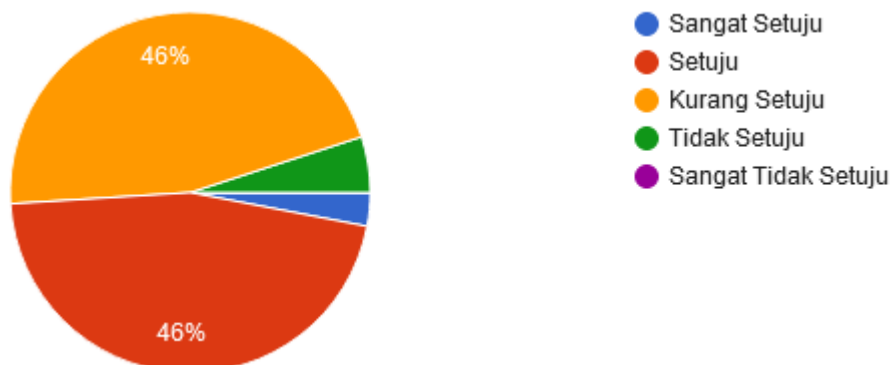
h. Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat



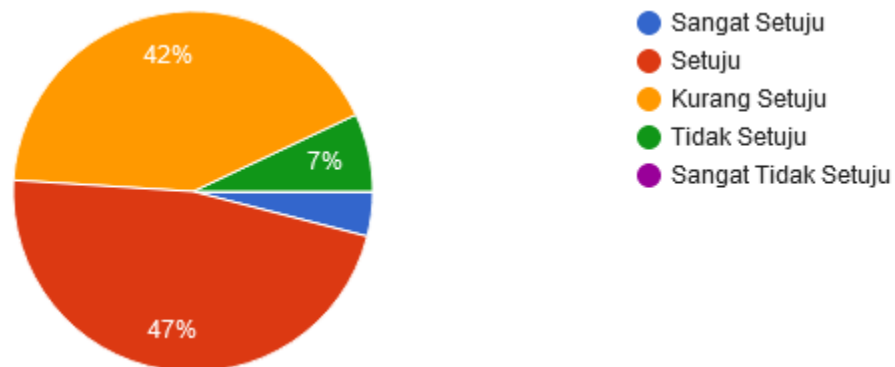
i. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya



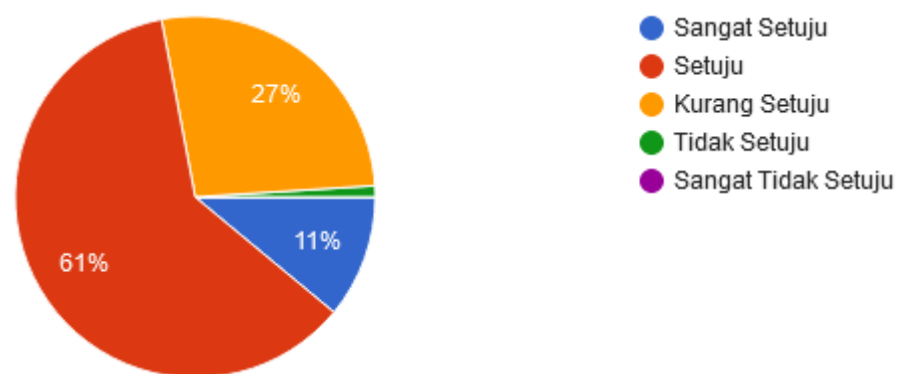
j. Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan



k. Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah

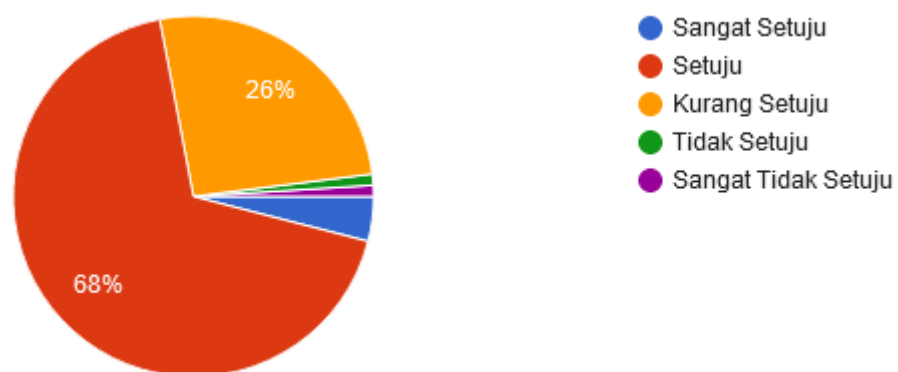


l. Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat

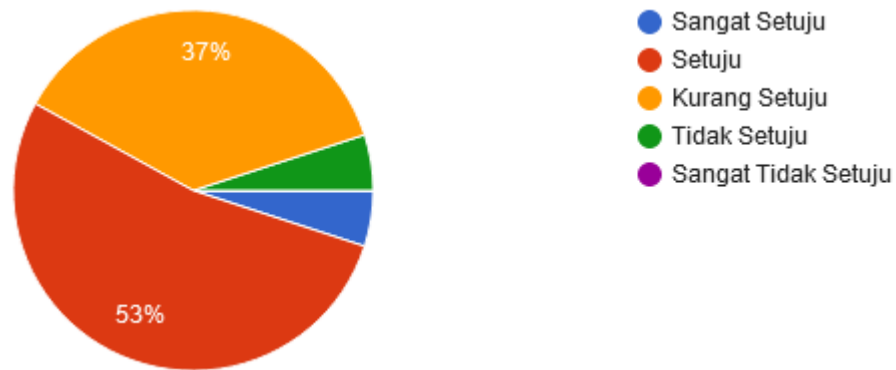


3. Kuesioner Lazada

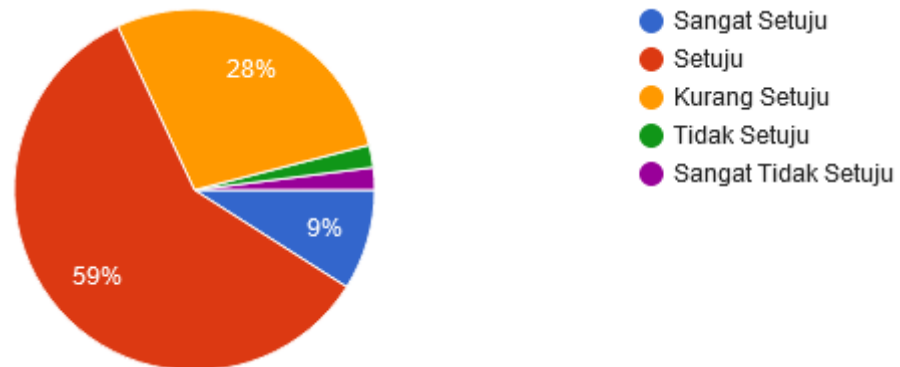
a. Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Shopee berfungsi dengan baik.



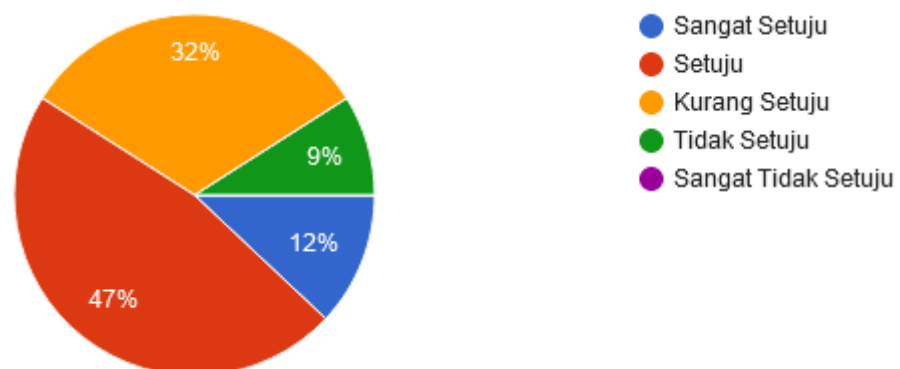
b. Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan



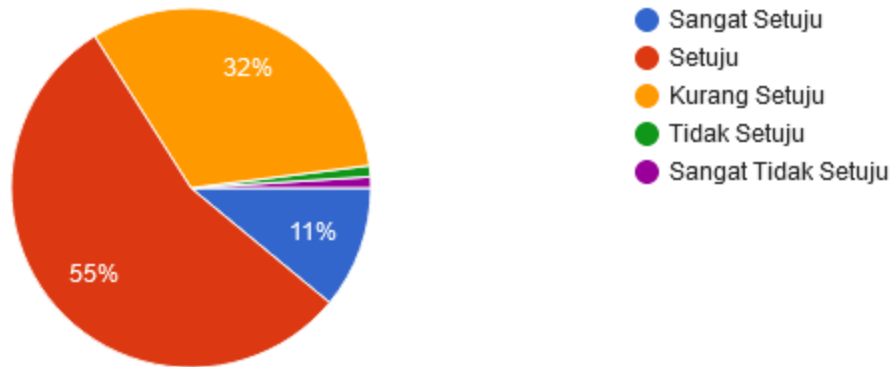
c. Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan



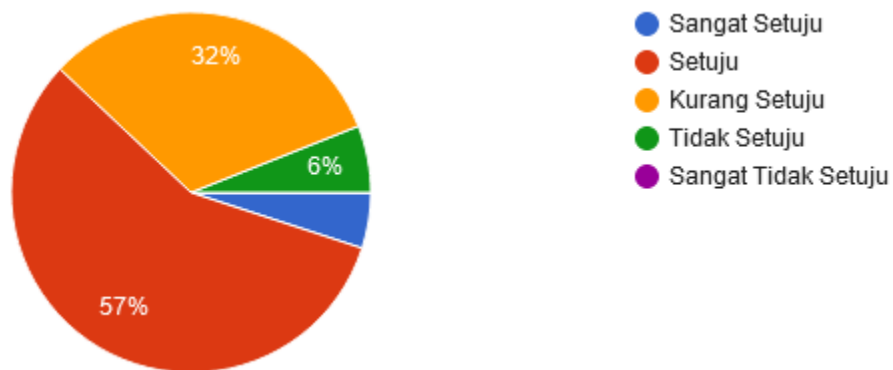
d. Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan



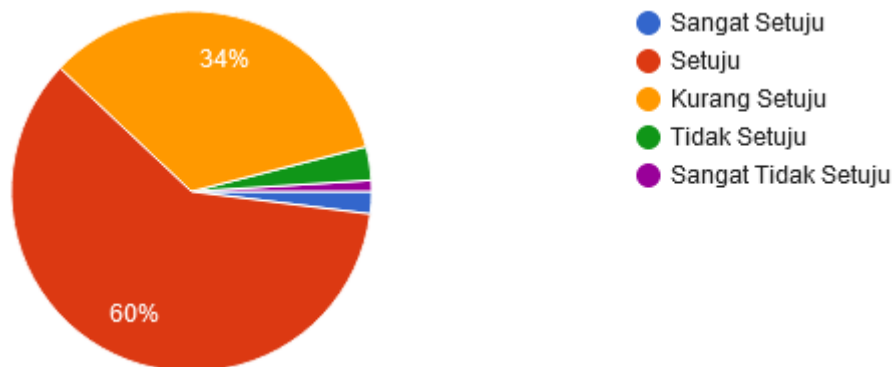
- e. Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya



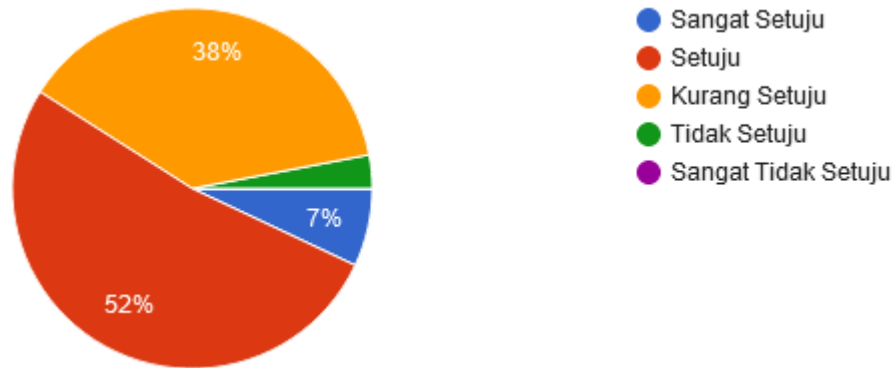
- f. *User* tertarik untuk melakukan *upgrade* status langganannya



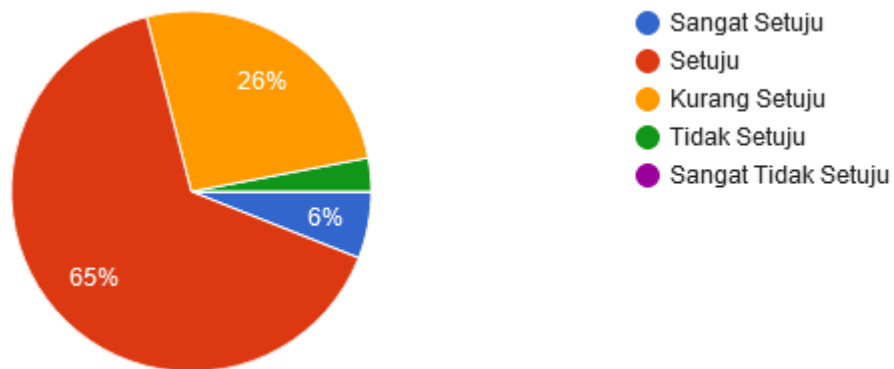
- g. Pada saat awal pemakaian aplikasi, *user* sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat-lihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan



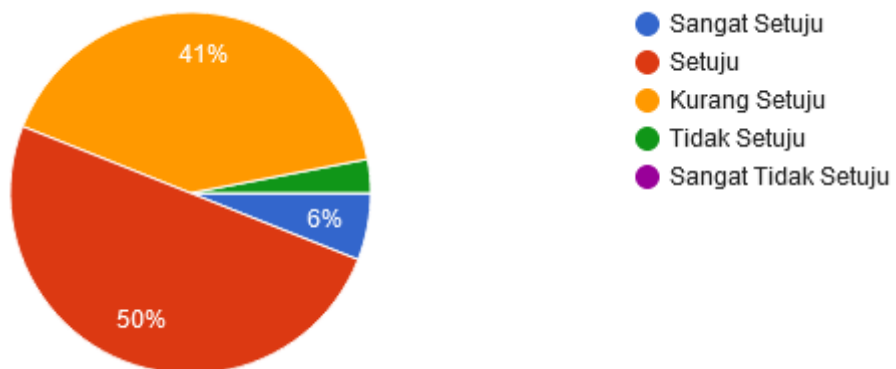
h. Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat



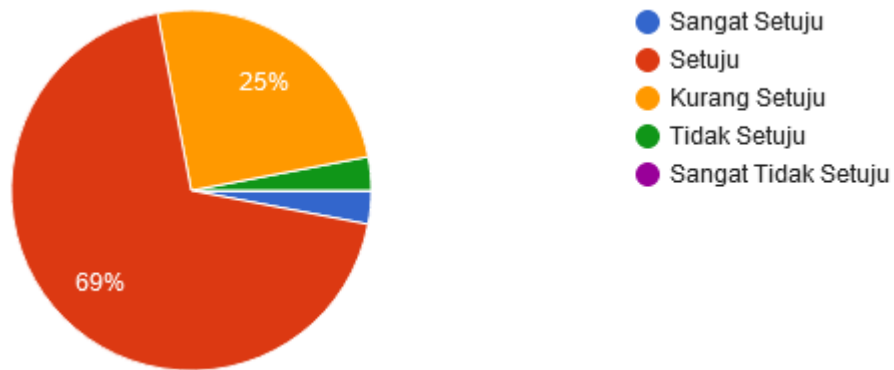
i. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya



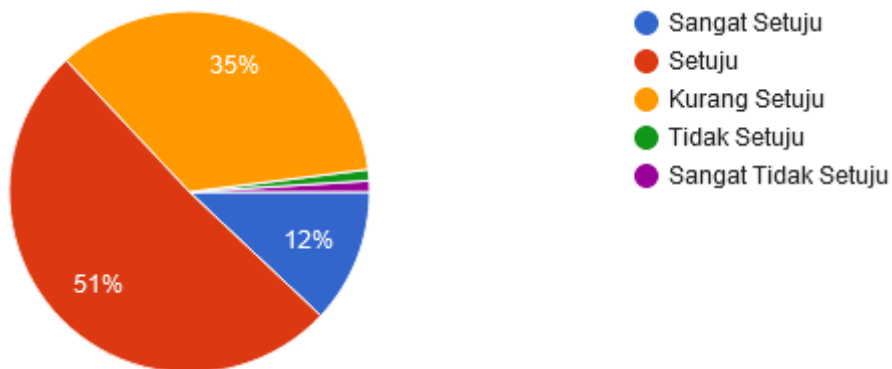
j. Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan



- k. Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah



- l. Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat



4.1.2 Hasil Uji Data Validitas

Validitas instrumen diuji dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel. Data dianggap valid jika $rhitung > rtabel$, dan tidak valid jika $rhitung \leq rtabel$. Dalam tabel korelasi product moment, dengan jumlah responden 100, nilai rtabel yang diperoleh adalah 0.1966. dengan taraf signifikansi 10%. Dan untuk mendapatkan nilai rtabel menggunakan rumus adalah yang dimana $df = n - 2$ yang dimana $n = \text{sampel}$ $(100 - 2) = 98$. Adapun nilai rtabel dapat dilihat dari tabel 4.1.

92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Gambar 4.1 Gambar Tabel Taraf Signifikan Responden

Proses pengujian validitas untuk setiap hasil kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Shopee

a. *Happiness.*

	H1	H2	H3
H1	1	0.470411	0.481314
H2	0.470411	1	0.630271
H3	0.481314	0.630271	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

b. *Engagement.*

	E1	E2
E1	1	0.587342
E2	0.587342	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

c. *Adoption.*

	A1	A2
A1	1	0.59226
A2	0.59226	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

d. *Retention.*

	R1	R2
R1	1	0.404157
R2	0.404157	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

e. *Task Success.*

	T1	T2	T3
T1	1	0.510815	0.547296
T2	0.510815	1	0.443787
T3	0.547296	0.443787	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

2. Tokopedia

a. *Happiness.*

	H1	H2	H3
H1	1	0.201883	0.309786
H2	0.201883	1	0.431094
H3	0.309786	0.431094	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

b. *Engagement.*

	E1	E2
E1	1	0.495867
E2	0.495867	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

c. *Adoption.*

	A1	A2
A1	1	0.453963
A2	0.453963	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

d. *Retention.*

	R1	R2
R1	1	0.221379
R2	0.221379	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

e. *Task Success.*

	T1	T2	T3
T1	1	0.375079	0.137115
T2	0.375079	1	0.483787
T3	0.137115	0.483787	1

Pertanyaan T3 tidak memenuhi kriteria karena nilai yang diperoleh lebih kecil daripada 0.1966 sehingga pertanyaan T3 akan diabaikan.

3. Lazada

a. *Happiness.*

	T1	T2	T3
T1	1	0.448484	0.522693
T2	0.448484	1	0.370145
T3	0.522693	0.370145	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

b. *Engagement.*

	E1	E2
E1	1	0.565324
E2	0.565324	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

c. *Adoption.*

	A1	A2
A1	1	0.443137
A2	0.443137	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

d. *Retention.*

	R1	R2
R1	1	0.358063
R2	0.358063	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (rtabel), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai rtabel dengan taraf signifikansi 10%.

e. *Task Success.*

	T1	T2	T3
T1	1	0.448484	0.522693
T2	0.448484	1	0.370145
T3	0.522693	0.370145	1

Semua nilai pada tabel diatas memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.1966 (r_{tabel}), yang berarti bahwa korelasi antar setiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi karena diatas nilai r_{tabel} dengan taraf signifikansi 10%.

4.1.3 Hasil Uji Data Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa jika $\alpha > 0.90$, maka reliabilitas dianggap sempurna. Jika α antara 0.70 - 0.90, maka reliabilitas dianggap tinggi. Jika α 0.50 - 0.69, reliabilitas dianggap moderat. Sedangkan jika $\alpha < 0.50$, reliabilitas dianggap rendah, yang mungkin disebabkan oleh satu atau beberapa item atau tingkatan *usability* yang tidak dapat diandalkan.

1. Shopee

a. *Happiness*

Anova: Two-Factor Without Replication

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
Row 1	3	12	4	0
Row 2	3	12	4	0
Row 3	3	12	4	0
Row 4	3	12	4	0
Row 5	3	13	4.333333	0.333333
Row 6	3	11	3.666667	0.333333
Row 7	3	9	3	0
Row 8	3	10	3.333333	0.333333
		...		
Row 92	3	12	4	0

Row 93	3	10	3.333333	0.333333
Row 94	3	10	3.333333	0.333333
Row 95	3	15	5	0
Row 96	3	12	4	0
Row 97	3	12	4	0
Row 98	3	13	4.333333	0.333333
Row 99	3	12	4	0
Row 100	3	14	4.666667	0.333333
Column 1	100	403	4.03	0.453636
Column 2	100	418	4.18	0.512727
Column 3	100	420	4.2	0.40404

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	92.73	99	0.936667	4.31905	1.11E-18	1.322451
Columns	1.726667	2	0.863333	3.980904	0.020182	3.041518
Error	42.94	198	0.216869			
Total	137.3967	299				

Cronbach Alpha 0.768468

b. *Engagement*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	2	8	4	0
Row 2	2	9	4.5	0.5
Row 3	2	8	4	0
Row 4	2	8	4	0
Row 5	2	9	4.5	0.5
Row 6	2	9	4.5	0.5
Row 7	2	5	2.5	0.5
Row 8	2	8	4	0
...				
Row 92	2	8	4	0
Row 93	2	7	3.5	0.5
Row 94	2	8	4	0
Row 95	2	10	5	0
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	9	4.5	0.5
Row 98	2	9	4.5	0.5
Row 99	2	8	4	0
Row 100	2	10	5	0

Column 1	100	405	4.05	0.431818
Column 2	100	414	4.14	0.404444

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	65.695	99	0.663586	3.842937	5.53E-11	1.394061
Columns	0.405	1	0.405	2.345423	0.128841	3.937117
Error	17.095	99	0.172677			
Total	83.195	199				

Cronbach Alpha 0.739782

c. Adoption

Anova: Two-Factor Without Replication

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
Row 1	2	8	4	0
Row 2	2	8	4	0
Row 3	2	7	3.5	0.5
Row 4	2	9	4.5	0.5
Row 5	2	8	4	0
Row 6	2	6	3	0
Row 7	2	7	3.5	0.5
Row 8	2	7	3.5	0.5
...				
Row 92	2	9	4.5	0.5
Row 93	2	7	3.5	0.5
Row 94	2	8	4	0
Row 95	2	9	4.5	0.5
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	8	4	0
Row 98	2	8	4	0
Row 99	2	8	4	0
Row 100	2	10	5	0
Column 1	100	395	3.95	0.472222
Column 2	100	413	4.13	0.437475

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	71.68	99	0.72404	3.899891	3.57E-11	1.394061
Columns	1.62	1	1.62	8.725789	0.00392	3.937117
Error	18.38	99	0.185657			

Total	91.68	199
Cronbach Alpha	0.743583	

d. *Retention*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	2	8	4	0
Row 2	2	8	4	0
Row 3	2	8	4	0
Row 4	2	8	4	0
Row 5	2	8	4	0
Row 6	2	6	3	0
Row 7	2	6	3	0
Row 8	2	8	4	0
...				
Row 92	2	8	4	0
Row 93	2	7	3.5	0.5
Row 94	2	8	4	0
Row 95	2	9	4.5	0.5
Row 96	2	6	3	2
Row 97	2	9	4.5	0.5
Row 98	2	8	4	0
Row 99	2	8	4	0
Row 100	2	8	4	0
Column 1	100	400	4	0.383838
Column 2	100	412	4.12	0.470303

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	59.28	99	0.598788	2.344937	1.54E-05	1.394061
Columns	0.72	1	0.72	2.81962	0.096272	3.937117
Error	25.28	99	0.255354			
Total	85.28	199				

Cronbach Alpha	0.573549
----------------	----------

e. *Task Success*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	3	13	4.333333	0.333333

Row 2	3	11	3.666667	0.333333
Row 3	3	13	4.333333	0.333333
Row 4	3	14	4.666667	0.333333
Row 5	3	12	4	0
Row 6	3	11	3.666667	0.333333
Row 7	3	8	2.666667	0.333333
Row 8	3	9	3	0
...				
Row 92	3	13	4.333333	0.333333
Row 93	3	12	4	0
Row 94	3	12	4	0
Row 95	3	15	5	0
Row 96	3	12	4	0
Row 97	3	13	4.333333	0.333333
Row 98	3	13	4.333333	0.333333
Row 99	3	12	4	0
Row 100	3	14	4.666667	0.333333
Column 1	100	397	3.97	0.39303
Column 2	100	413	4.13	0.336465
Column 3	100	418	4.18	0.330909

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	70.05333	99	0.707609	4.011453	4.96E-17	1.322451
Columns	2.406667	2	1.203333	6.821722	0.001365	3.041518
Error	34.92667	198	0.176397			
Total	107.3867	299				

Cronbach Aplha 0.750714

2. Tokopedia

a. *Happiness*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	3	12	4	0
Row 2	3	12	4	0
Row 3	3	9	3	0
Row 4	3	11	3.666667	0.333333
Row 5	3	10	3.333333	0.333333
Row 6	3	11	3.666667	0.333333
Row 7	3	11	3.666667	0.333333
Row 8	3	11	3.666667	0.333333
Row 92	3	10	3.333333	0.333333

Row 93	3	10	3.333333	0.333333
Row 94	3	9	3	0
Row 95	3	9	3	1
Row 96	3	11	3.666667	0.333333
Row 97	3	10	3.333333	1.333333
Row 98	3	11	3.666667	0.333333
Row 99	3	15	5	0
Row 100	3	12	4	0
Column 1	100	366	3.66	0.307475
Column 2	100	357	3.57	0.429394
Column 3	100	368	3.68	0.421818

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	62.73	99	0.633636	2.413621	7.69E-08	1.322451
Columns	0.686667	2	0.343333	1.307811	0.272737	3.041518
Error	51.98	198	0.262525			
Total	115.3967	299				

Cronbach Alpha 0.585685

b. *Engagement*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	2	8	4	0
Row 2	2	9	4.5	0.5
Row 3	2	8	4	0
Row 4	2	7	3.5	0.5
Row 5	2	8	4	0
Row 6	2	8	4	0
Row 7	2	8	4	0
Row 8	2	8	4	0
Row 92	2	7	3.5	0.5
Row 93	2	6	3	0
Row 94	2	6	3	0
Row 95	2	6	3	0
Row 96	2	8	4	0
Row 97	2	8	4	0
Row 98	2	6	3	0
Row 99	2	10	5	0
Row 100	2	8	4	0
Column 1	100	368	3.68	0.381414
Column 2	100	353	3.53	0.433434

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	60.295	99	0.60904	2.959264	7.19E-08	1.394061
Columns	1.125	1	1.125	5.466258	0.021399	3.937117
Error	20.375	99	0.205808			
Total	81.795	199				

Cronbach Aplha 0.662078

c. Adoption

Anova: Two-Factor Without Replication

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
Row 1	2	8	4	0
Row 2	2	8	4	0
Row 3	2	6	3	0
Row 4	2	6	3	0
Row 5	2	7	3.5	0.5
Row 6	2	7	3.5	0.5
Row 7	2	6	3	0
Row 8	2	8	4	0
Row 92	2	7	3.5	0.5
Row 93	2	6	3	0
Row 94	2	6	3	0
Row 95	2	6	3	0
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	8	4	0
Row 98	2	9	4.5	0.5
Row 99	2	10	5	0
Row 100	2	8	4	0
Column 1	100	354	3.54	0.452929
Column 2	100	351	3.51	0.333232

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	56.375	99	0.569444	2.627593	1.27E-06	1.394061
Columns	0.045	1	0.045	0.207644	0.649618	3.937117
Error	21.455	99	0.216717			
Total	77.875	199				

Cronbach Aplha 0.619424

d. *Retention*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	2	8	4	0
Row 2	2	8	4	0
Row 3	2	8	4	0
Row 4	2	7	3.5	0.5
Row 5	2	7	3.5	0.5
Row 6	2	7	3.5	0.5
Row 7	2	8	4	0
Row 8	2	7	3.5	0.5
Row 92	2	8	4	0
Row 93	2	8	4	0
Row 94	2	6	3	0
Row 95	2	6	3	2
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	9	4.5	0.5
Row 98	2	8	4	0
Row 99	2	10	5	0
Row 100	2	8	4	0
Column 1	100	348	3.48	0.393535
Column 2	100	362	3.62	0.359192

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	45.5	99	0.459596	1.567884	0.013127	1.394061
Columns	0.98	1	0.98	3.343212	0.070494	3.937117
Error	29.02	99	0.293131			
Total	75.5	199				

Cronbach Aplha 0.362198

e. *Task Success*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	3	12	4	0
Row 2	3	12	4	0
Row 3	3	10	3.333333	0.333333
Row 4	3	13	4.333333	1.333333
Row 5	3	9	3	1
Row 6	3	12	4	0
Row 7	3	11	3.666667	0.333333

Row 8	3	8	2.666667	0.333333
Row 92	3	10	3.333333	0.333333
Row 93	3	11	3.666667	0.333333
Row 94	3	10	3.333333	0.333333
Row 95	3	10	3.333333	0.333333
Row 96	3	12	4	1
Row 97	3	11	3.666667	0.333333
Row 98	3	13	4.333333	0.333333
Row 99	3	15	5	0
Row 100	3	12	4	0
Column 1	100	347	3.47	0.413232
Column 2	100	348	3.48	0.474343
Column 3	100	382	3.82	0.391515

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	70.57	99	0.712828	2.51766	1.87E-08	1.322451
Columns	7.94	2	3.97	14.02176	2.02E-06	3.041518
Error	56.06	198	0.283131			
Total	134.57	299				

Cronbach Aplha 0.602806

3. Lazada

a. *Happiness*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	3	12	4	0
Row 2	3	11	3.666667	0.333333
Row 3	3	8	2.666667	0.333333
Row 4	3	9	3	0
Row 5	3	10	3.333333	0.333333
Row 6	3	12	4	0
Row 7	3	15	5	0
Row 8	3	13	4.333333	0.333333
Row 92	3	11	3.666667	0.333333
Row 93	3	9	3	0
Row 94	3	11	3.666667	0.333333
Row 95	3	10	3.333333	0.333333
Row 96	3	11	3.666667	0.333333
Row 97	3	10	3.333333	0.333333
Row 98	3	11	3.666667	0.333333
Row 99	3	11	3.666667	0.333333

Row 100	3	11	3.666667	0.333333
Column 1	100	373	3.73	0.360707
Column 2	100	358	3.58	0.448081
Column 3	100	371	3.71	0.551414

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	92.65333	99	0.935892	4.411363	3.63E-19	1.322451
Columns	1.326667	2	0.663333	3.126647	0.046038	3.041518
Error	42.00667	198	0.212155			
Total	135.9867	299				

Cronbach Alpha 0.773313

b. Engagement

Anova: Two-Factor Without Replication

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
Row 1	2	6	3	0
Row 2	2	7	3.5	0.5
Row 3	2	5	2.5	0.5
Row 4	2	5	2.5	0.5
Row 5	2	7	3.5	0.5
Row 6	2	8	4	0
Row 7	2	10	5	0
Row 8	2	8	4	0
Row 92	2	7	3.5	0.5
Row 93	2	6	3	0
Row 94	2	6	3	0
Row 95	2	7	3.5	0.5
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	7	3.5	0.5
Row 98	2	7	3.5	0.5
Row 99	2	8	4	0
Row 100	2	7	3.5	0.5
Column 1	100	362	3.62	0.662222
Column 2	100	374	3.74	0.497374

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	89.52	99	0.904242	3.541139	5.89E-10	1.394061
Columns	0.72	1	0.72	2.81962	0.096272	3.937117

Error	25.28	99	0.255354
Total	115.52	199	

Cronbach Alpha 0.717605

c. Adoption

Anova: Two-Factor Without Replication

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
Row 1	2	7	3.5	0.5
Row 2	2	6	3	0
Row 3	2	5	2.5	0.5
Row 4	2	8	4	0
Row 5	2	7	3.5	0.5
Row 6	2	8	4	0
Row 7	2	10	5	0
Row 8	2	7	3.5	0.5
Row 92	2	7	3.5	0.5
Row 93	2	8	4	0
Row 94	2	7	3.5	0.5
Row 95	2	6	3	2
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	7	3.5	0.5
Row 98	2	7	3.5	0.5
Row 99	2	8	4	0
Row 100	2	7	3.5	0.5
Column 1	100	361	3.61	0.462525
Column 2	100	359	3.59	0.40596

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	62	99	0.626263	2.585488	1.83E-06	1.394061
Columns	0.02	1	0.02	0.082569	0.774447	3.937117
Error	23.98	99	0.242222			
Total	86	199				

Cronbach Alpha 0.613226

d. Retention

Anova: Two-Factor Without Replication

SUMMARY	Count	Sum	Average	Variance
---------	-------	-----	---------	----------

Row 1	2	6	3	0
Row 2	2	8	4	0
Row 3	2	5	2.5	0.5
Row 4	2	7	3.5	0.5
Row 5	2	7	3.5	0.5
Row 6	2	8	4	0
Row 7	2	10	5	0
Row 8	2	7	3.5	0.5
Row 92	2	6	3	0
Row 93	2	7	3.5	0.5
Row 94	2	6	3	0
Row 95	2	7	3.5	0.5
Row 96	2	7	3.5	0.5
Row 97	2	7	3.5	0.5
Row 98	2	7	3.5	0.5
Row 99	2	7	3.5	0.5
Row 100	2	7	3.5	0.5
Column 1	100	363	3.63	0.437475
Column 2	100	374	3.74	0.376162

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Rows	54.655	99	0.552071	2.110639	0.000124	1.394061
Columns	0.605	1	0.605	2.312995	0.131484	3.937117
Error	25.895	99	0.261566			
Total	81.155	199				

Cronbach Alpha 0.52621

e. *Task Success*

Anova: Two-Factor Without Replication

<i>SUMMARY</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Row 1	3	10	3.333333	0.333333
Row 2	3	10	3.333333	0.333333
Row 3	3	8	2.666667	0.333333
Row 4	3	11	3.666667	0.333333
Row 5	3	11	3.666667	0.333333
Row 6	3	12	4	0
Row 7	3	15	5	0
Row 8	3	11	3.666667	0.333333
Row 92	3	12	4	0
Row 93	3	10	3.333333	0.333333
Row 94	3	10	3.333333	0.333333
Row 95	3	12	4	0

Row 96	3	11	3.666667	0.333333
Row 97	3	10	3.333333	0.333333
Row 98	3	10	3.333333	0.333333
Row 99	3	12	4	0
Row 100	3	10	3.333333	2.333333
Column 1	100	359	3.59	0.426162
Column 2	100	372	3.72	0.324848
Column 3	100	372	3.72	0.526869

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Rows	79.63667	99	0.804411	3.397952	1.32E-13	1.322451
Columns	1.126667	2	0.563333	2.379605	0.09523	3.041518
Error	46.87333	198	0.236734			
Total	127.6367	299				

Cronbach Alpha 0.705705

Tabel 4.1 Hasil Uji Data Reliabilitas dari Kuesioner Shopee

Nama Variabel	N of items	Cronbach Alpha	Nilai	Keterangan
<i>Happiness (x1)</i>	3	0.768468	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>
<i>Engagement (x2)</i>	2	0.739782	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>
<i>Adoption (x3)</i>	2	0.743583	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>
<i>Retention (x4)</i>	2	0.573549	$0.5 \leq \alpha$ < 0.6	Poor
<i>Task Success (x5)</i>	3	0.750714	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>

Tabel 4.1 Hasil Uji Data Reliabilitas dari Kuesioner Tokopedia

Nama Variabel	N of items	Cronbach Alpha	Nilai	Keterangan
<i>Happiness (x1)</i>	3	0.585685	$0.5 \leq \alpha$ < 0.6	<i>Poor</i>
<i>Engagement (x2)</i>	2	0.662078	$0.6 \leq \alpha$ < 0.7	<i>Questionable</i>
<i>Adoption (x3)</i>	2	0.619424	$0.6 \leq \alpha$ < 0.7	<i>Questionable</i>
<i>Retention (x4)</i>	2	0.362198	$\alpha < 0.5$	<i>Unacceptable</i>
<i>Task Success (x5)</i>	3	0.602806	$0.6 \leq \alpha$ < 0.7	<i>Questionable</i>

Tabel 4.2 Hasil Uji Data Reliabilitas dari Kuesioner Shopee

Nama Variabel	N of items	Cronbach Alpha	Nilai	Keterangan
<i>Happiness (x1)</i>	3	0.773313	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>
<i>Engagement (x2)</i>	2	0.717605	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>
<i>Adoption (x3)</i>	2	0.613226	$0.6 \leq \alpha$ < 0.7	<i>Questionable</i>
<i>Retention (x4)</i>	2	0.52621	$0.5 \leq \alpha$ < 0.6	<i>Poor</i>

<i>Task Success (x5)</i>	3	0.705705	$0.7 \leq \alpha$ < 0.8	<i>Acceptable</i>
--------------------------	---	----------	------------------------------	-------------------

Dari hasil pengujian reliabilitas diatas, terlihat bahwa hasil kuesioner untuk *retention* memiliki reliabilitas yang buruk, maka hasil kuesioner dari pertanyaan *retention* tidak akan dianalisis.

4.1.4 Hasil Perhitungan Heart Framework

Hasil kuesioner dalam skala *Likert* dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Skala Likert dari Shopee

Pertanyaan n	jumlah jawaban per item					jumlah skor					total skor	interval %
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
H1	0	1	18	58	23	0	2	5 4	23 2	11 5	403	80.6
H2	0	0	18	46	36	0	0	5 4	18 4	18 0	418	83.6
H3	0	0	12	56	32	0	0	3 6	22 4	16 0	420	84
E1	0	2	13	63	22	0	4	3 9	25 2	11 0	405	81
E2	0	1	11	61	27	0	2	3 3	24 4	13 5	414	82.8
A1	0	2	20	59	19	0	4	6 0	23 6	95	395	79
A2	0	1	13	58	28	0	2	3 9	23 2	14 0	413	82.6
T1	0	2	15	67	16	0	4	4 5	26 8	80	397	79.4
T2	0	0	11	65	24	0	0	3 3	26 0	12 0	413	82.6
T3	0	0	9	64	27	0	0	2 7	25 6	13 5	418	83.6

Tabel 4.4 Hasil Skala Likert dari Tokopedia

Pertanyaa n	jumlah jawaban per item					jumlah skor					total skor	interval %
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
H1	0	1	35	61	3	0	2	10 5	24 4	1 5	366	73.2
H2	0	5	37	54	4	0	1 0	11 1	21 6	2 0	357	71.4
H3	0	4	30	60	6	0	8	90	24 0	3 0	368	73.6
E1	0	3	31	61	5	0	6	93	24 4	2 5	368	73.6
E2	0	4	44	47	5	0	8	13 2	18 8	2 5	353	70.6
A1	0	4	44	46	6	0	8	13 2	18 4	3 0	354	70.8
A2	0	2	47	49	2	0	4	14 1	19 6	1 0	351	70.2
T1	0	5	46	46	3	0	1 0	13 8	18 4	1 5	347	69.4
T2	0	7	42	47	4	0	1 4	12 6	18 8	2 0	348	69.6

Tabel 4.5 Hasil Skala Likert dari Lazada

Pertanyaa n	jumlah jawaban per item					jumlah skor					total skor	interval %
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
H1	1	1	26	68	4	1	2	78	27 2	2 0	373	74.6
H2	0	5	37	53	5	0	1 0	11 1	21 2	2 5	358	71.6
H3	2	2	28	59	9	2	4	84	23 6	4 5	371	74.2

E1	0	9	32	47	12	0	1 8	96	18 8	6 0	362	72.4
E2	1	1	32	55	11	1	2	96	22 0	5 5	374	74.8
A1	0	6	32	57	5	0	1 2	96	22 8	2 5	361	72.2
A2	1	3	34	60	2	1	6	10 2	24 0	1 0	359	71.8
T1	0	3	41	50	6	0	6	12 3	20 0	3 0	359	71.8
T2	0	3	25	69	3	0	6	75	27 6	1 5	372	74.4
T3	1	1	35	51	12	1	2	10 5	20 4	6 0	372	74.4

Adapun keterangan interval sebagai berikut :

Tabel 4.6 Keterangan Interval

Interval	
0 – 19,9 %	Sangat tidak setuju
20 – 39,9 %	tidak setuju
40 – 59,9 %	netral
60 -79,9 %	setuju
80- 100%	sangat setuju

Hasil skala *Likert* diatas dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Ringkasan Skala Likert dari Shopee

Variabel	Rata-Rata Persentase
<i>Happiness (x1)</i>	82.73333%

<i>Engagement (x2)</i>	81.9%
<i>Adoption (x3)</i>	80.8%
<i>Task Success (x5)</i>	81.86667%

Tabel 4.8 Hasil Ringkasan Skala Likert dari Tokopedia

Variabel	Rata-Rata Persentase
<i>Happiness (x1)</i>	72.73333%
<i>Engagement (x2)</i>	72.1%
<i>Adoption (x3)</i>	70.5%
<i>Task Success (x5)</i>	69.5%

Tabel 4.9 Hasil Ringkasan Skala Likert dari Lazada

Variabel	Rata-Rata Persentase
<i>Happiness (x1)</i>	73.46667%
<i>Engagement (x2)</i>	73.6%
<i>Adoption (x3)</i>	72%
<i>Task Success (x5)</i>	73.53333%

4.2 Pembahasan

Dari hasil ringkasan skala *Likert* diatas, dapat diperoleh informasi bahwa aplikasi Shopee telah memenuhi semua *goal* yang diharapkan yaitu semua nilainya

lebih besar daripada 80%. Sedangkan, aplikasi Tokopedia dan Lazada masih belum memenuhi kriteria *goal* yang diharapkan, dimana aplikasi Tokopedia memiliki nilai terendah dari ketiga aplikasi *e-commerce* yang dianalisis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi Shopee telah memenuhi semua *goal* yang diharapkan yaitu semua nilainya lebih besar daripada 80%.
2. Aplikasi Tokopedia dan Lazada masih belum memenuhi kriteria *goal* yang diharapkan, dimana aplikasi Tokopedia memiliki nilai terendah dari ketiga aplikasi *e-commerce* yang dianalisis.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel tambahan lainnya seperti loyalitas pengguna.
2. Pada penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Davina, “Belanja Online Mudah Karena Perkembangan Teknologi Yang Pesat,” *kompasiana.com*, 2021. [Online]. Tersedia: <https://www.kompasiana.com/fiskiyyadavina/60ec060306310e495c5902b2/belanja-online-mudah-karena-perkembangan-teknologi-yang-pesat>. [Diakses: 02 Desember 2023].
- [2] Rachmatunnisa, “Tokopedia, Shopee, Lazada, Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara?,” *inet.detik.com*, 04 Juni 2022. [Online]. Tersedia: <https://inet.detik.com/business/d-6110475/tokopedia-shopee-lazada-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara>. [Diakses 02 Desember 2023].
- [3] Verihubs, "Pentingnya User Experience (UX) pada Aplikasi Bisnis Digital," *verihubs.com*, 30 Agustus 2022. [Online]. Tersedia: <https://verihubs.com/blog/user-experience-adalah/>. [Accessed 02 Desember 2023].
- [4] M. Haekal, “User Experience (UX): Pengertian dan Tips Penerapannya untuk Pemula [Terlengkap],” *niagahoster.co.id*, 02 Mei 2020. [Online]. Tersedia: <https://www.niagahoster.co.id/blog/user-experience-adalah/>. [Diakses 05 Desember 2023].
- [5] A.C. Zarkasi, A.S. Wardani and S. Sucipto, “ANALISA USER EXPERIENCE TERHADAP FITUR DI APLIKASI ZENIUS MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK,” *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, vol. 6 No. 2, no. 2620-4339, p. Oktober, 2022.
- [6] B.S. Utama, “Perancangan Ulang User Interface Dan User Experience Pada Website Cosmic Clothes,” 2020. [Online]. Tersedia: <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2753/>. [Diakses: 10 Desember 2023].
- [7] R. J. Hosting, “Apa itu User Experience (UX): Fungsi, Pengertian & Penerapan,” 2022. [Online]. Tersedia: <https://www.jagoanhosting.com/blog/user-experience-adalah/>. [Diakses: 11 Desember 2023].

- [8] A. Faradilla, “Apa Itu User Experience (UX)? Definisi Lengkap & Manfaatnya,” 05 Desember 2023. [Online]. Tersedia: <https://www.hostinger.co.id/tutorial/user-experience-adalah>. [Diakses: 11 Desember 2023].
- [9] Nandy, “Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, dan Manfaat,” 2021. [Online]. Tersedia: https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/#google_vignette. [Diakses: 11 Desember 2023].
- [10] F. Hariani, 12403173155 and L. Susilowati, S.Pd.,M.M, 197711122006042002, “SISTEM INFORMASI AKUNTANSI UNTUK TRANSAKSI E-COMMERCE,” Alim's Publishing Jakarta, Jakarta, 2021.
- [11] W. Husada, “Apa Itu E-commerce? Jenis, Kelebihan & Tantangannya,” pintu.co.id, 27 Maret 2023. [Online]. Tersedia: <https://pintu.co.id/blog/e-commerce-adalah>. [Diakses: 11 Desember 2023].
- [12] A. Lie, “Shopee,” id.wikipedia.org, 02 Oktober 2023. [Online]. Tersedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- [13] CNN Indonesia, “Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain,” [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com), 26 Juni 2023. [Online]. Tersedia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>. [Diakses: 14 Desember 2023].
- [14] A.R. Sitoresmi, “Profil PT Tokopedia dan Perjalanan Bisnisnya, Perusahaan Perdagangan Elektronik di Indonesia,” [liputan6.com](https://www.liputan6.com), 19 Januari 2023. [Online]. Tersedia: <https://www.liputan6.com/hot/read/5183788/profil-pt-tokopedia-dan-perjalanan-bisnisnya-perusahaan-perdagangan-elektronik-di-indonesia>. [Diakses: 14 Desember 2023].
- [15] H. Riyadi, “Apa itu Tokopedia? Apa Saja Kelebihan, Kekurangan dan Fitur yang Dimiliki Tokopedia?,” [nesabamedia.com](https://www.nesabamedia.com), 11 Juni 2022. [Online]. Tersedia: https://www.nesabamedia.com/apa-itu-tokopedia/#google_vignette. [Diakses: 14 Desember 2023].
- [16] Ajaib, “Wajib Tahu! Ini Daftar 15 Anak Perusahaan Alibaba Group,” ajaib.co.id, 16 Juni 2020. [Online]. Tersedia: <https://ajaib.co.id/wajib-tahu-ini-daftar-15-anak-perusahaan-alibaba-group/>. [Diakses: 16 Desember 2023].
- [17] D. Ramadhan, “Lazada,” id.wikipedia.org, 05 Februari 2024. [Online]. Available: <https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada>. [Accessed 16 Desember 2023].

- [18] M. Andriana, “Penggunaan HEART Framework untuk Ukur Performa Design,” sis.binus.ac.id, 02 Agustus 2021. [Online]. Tersedia: <https://sis.binus.ac.id/2021/08/02/penggunaan-heart-framework-untuk-ukur-performa-design/>. [Diakses: 19 Desember 2023].
- [19] N. Rahmalia, “HEART Framework, Metode Mudah untuk Ukur Keberhasilan Pengembangan UX,” glints.com, 10 Desember 2020. [Online]. Tersedia: <https://glints.com/id/lowongan/heart-framework-adalah/>. [Diakses: 19 Desember 2023].
- [20] A.C. Zarkasi, A.S. Wardani and S. Sucipto, “ANALISA USER EXPERIENCE TERHADAP FITUR DI APLIKASI ZENIUS MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK,” *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, vol. Vol. 6 No. 2, no. 2598-8565, Oktober 2022.

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN HASIL KUESIONER

1. Pertanyaan Kuesioner

Dimensi		Indikator
<i>Happiness</i>	H1	Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Shopee, Tokopedia dan Lazada berfungsi dengan baik.
	H2	Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
	H3	Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan.
<i>Engagement</i>	E1	Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan.
	E2	Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya.
<i>Adoption</i>	A1	User tertarik untuk melakukan <i>upgrade</i> status langganan user-nya.
	A2	Pada saat awal pemakaian aplikasi, user sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat-lihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan.
<i>Retention</i>	R1	Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat.
	R2	Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya.
<i>Task Success</i>	T1	Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan.

	T2	Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah.
	T3	Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat.

2. Jawaban Kuesioner Responden

a. Kuesioner Shopee

	Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Lazada berfungsi dengan baik.	Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan	Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan	Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya
1. Ahmad	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
2. Aldo	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
3. Aisyah	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
4. Andi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
5. Anisa	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
6. Arya	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
7. Bagus	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
8. Bayu	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
9. Budi	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
10. Citra	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
12. Dewi	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
13. Dina	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
14. Dwi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
15. Eka	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
16. Endang	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17. Eni	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
18. Erwin	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
19. Farah	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
20. Fikri	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
21. Fitri	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
22. Fajar	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
23. Galih	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
24. Gita	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
25. Hafiz	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
26. Hana	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
27. Hendra	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
28. Indra	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
29. Ira	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
30. Iwan	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
31. Jaka	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
33. Kartika	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
35. Lia	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
36. Lili	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
37. Lukman	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
38. Madi	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
39. Maya	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
40. Mita	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
42. Nina	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
44. Putri	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
45. Rahmat	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
46. Rani	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
47. Ratna	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju

48. Ridwan	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
49. Rina	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
50. Rizky	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
51. Sari	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
52. Sinta	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
53. Sri	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
54. Susi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
55. Tia	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
56. Tini	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
57. Tri	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
58. Umi	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
59. Vina	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
60. Wawan	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
61. Widya	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
62. Yuni	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
63. Yusril	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
64. Zahra	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
65. Agus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
66. Alfi	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
67. Ami	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
68. Angga	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
70. Arief	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
71. Arman	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
72. Aris	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
73. Astrid	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
74. Ayu	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
75. Bambang	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
76. Bella	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
77. Benny	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
78. Bima	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
79. Bunga	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
80. Cahyo	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
81. Clara	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
82. Danang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
83. Dian	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
84. Doni	Kurang Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
85. Dony	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
86. Eka	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
88. Elvina	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
89. Endang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
90. Erni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
91. Eva	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
92. Fahri	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
93. Fani	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
94. Farhan	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
95. Fery	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
96. Fina	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
97. Frans	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
98. Ganda	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
99. Gilang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
100. Guntur	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

	User tertarik untuk melakukan upgrade status langganannya	Pada saat awal pemakaian aplikasi, user sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan	Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat	Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya	Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan
1. Ahmad	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
2. Aldo	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
3. Aisyah	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
4. Andi	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
5. Anisa	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
6. Arya	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
7. Bagus	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
8. Bayu	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
9. Budi	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
10. Citra	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju

11. Dedi	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
12. Dewi	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
13. Dina	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
14. Dwi	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
15. Eka	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
16. Endang	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17. Eni	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
18. Erwin	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
19. Farah	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
20. Fikri	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
21. Fitri	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
22. Fajar	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
23. Galih	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
24. Gita	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
25. Hafiz	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
26. Hana	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
27. Hendra	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju
28. Indra	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
29. Ira	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
30. Iwan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
31. Jaka	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
35. Lia	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
36. Lili	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
37. Lukman	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
38. Madi	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
39. Maya	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
40. Mita	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
42. Nina	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
44. Putri	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
45. Rahmat	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
46. Rani	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
47. Ratna	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
48. Ridwan	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
49. Rina	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
50. Rizky	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
51. Sari	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
52. Sinta	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
53. Sri	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
54. Susi	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
55. Tia	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
56. Tini	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
57. Tri	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
58. Umi	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
59. Vina	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
60. Wawan	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
61. Widya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
62. Yuni	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
63. Yusril	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
64. Zahra	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
65. Agus	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
66. Alfi	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
67. Ami	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
68. Angga	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
70. Arief	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
71. Arman	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
72. Aris	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
73. Astrid	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
74. Ayu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
75. Bambang	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
76. Bella	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
77. Benny	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
78. Bima	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
79. Bunga	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
80. Cahyo	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Kurang Setuju
81. Clara	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
82. Danang	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
83. Dian	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
84. Doni	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju

85. Dony	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
86. Eka	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
87. Eliza	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
88. Elvina	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
89. Endang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
90. Erni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
91. Eva	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
92. Fahri	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
93. Fani	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
94. Farhan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
95. Fery	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
96. Fina	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Setuju
97. Frans	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
98. Ganda	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
99. Gilang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
100. Guntur	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju

	Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah	Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat
1. Ahmad	Setuju	Setuju
2. Aldo	Kurang Setuju	Setuju
3. Aisyah	Setuju	Sangat Setuju
4. Andi	Sangat Setuju	Sangat Setuju
5. Anisa	Setuju	Setuju
6. Arya	Setuju	Kurang Setuju
7. Bagus	Kurang Setuju	Kurang Setuju
8. Bayu	Kurang Setuju	Kurang Setuju
9. Budi	Setuju	Sangat Setuju
10. Citra	Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Setuju
12. Dewi	Setuju	Setuju
13. Dina	Sangat Setuju	Sangat Setuju
14. Dwi	Setuju	Setuju
15. Eka	Setuju	Kurang Setuju
16. Endang	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17. Eni	Setuju	Setuju
18. Erwin	Setuju	Setuju
19. Farah	Setuju	Sangat Setuju
20. Fikri	Kurang Setuju	Setuju
21. Fitri	Setuju	Sangat Setuju
22. Fajar	Setuju	Sangat Setuju
23. Galih	Setuju	Setuju
24. Gita	Sangat Setuju	Sangat Setuju
25. Hafiz	Setuju	Setuju
26. Hana	Setuju	Setuju
27. Hendra	Setuju	Setuju
28. Indra	Setuju	Setuju
29. Ira	Setuju	Setuju
30. Iwan	Setuju	Setuju
31. Jaka	Setuju	Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Sangat Setuju
34. Lala	Sangat Setuju	Setuju
35. Lia	Setuju	Kurang Setuju
36. Lili	Setuju	Sangat Setuju
37. Lukman	Kurang Setuju	Setuju
38. Madi	Sangat Setuju	Setuju
39. Maya	Setuju	Sangat Setuju
40. Mita	Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Sangat Setuju	Sangat Setuju
42. Nina	Sangat Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju
44. Putri	Setuju	Sangat Setuju
45. Rahmat	Setuju	Setuju
46. Rani	Kurang Setuju	Kurang Setuju
47. Ratna	Setuju	Setuju
48. Ridwan	Setuju	Setuju
49. Rina	Setuju	Setuju
50. Rizky	Sangat Setuju	Setuju
51. Sari	Setuju	Setuju
52. Sinta	Sangat Setuju	Sangat Setuju
53. Sri	Setuju	Setuju

54. Susi	Setuju	Setuju
55. Tia	Setuju	Setuju
56. Tini	Setuju	Setuju
57. Tri	Kurang Setuju	Kurang Setuju
58. Umi	Sangat Setuju	Sangat Setuju
59. Vina	Setuju	Setuju
60. Wawan	Sangat Setuju	Setuju
61. Widya	Setuju	Setuju
62. Yuni	Setuju	Setuju
63. Yusril	Setuju	Setuju
64. Zahra	Sangat Setuju	Setuju
65. Agus	Setuju	Setuju
66. Alfi	Setuju	Sangat Setuju
67. Ami	Setuju	Setuju
68. Angga	Sangat Setuju	Sangat Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju
70. Arief	Setuju	Setuju
71. Arman	Sangat Setuju	Sangat Setuju
72. Aris	Setuju	Setuju
73. Astrid	Setuju	Setuju
74. Ayu	Setuju	Setuju
75. Bambang	Setuju	Setuju
76. Bella	Setuju	Setuju
77. Benny	Setuju	Sangat Setuju
78. Bima	Setuju	Setuju
79. Bunga	Sangat Setuju	Sangat Setuju
80. Cahyo	Sangat Setuju	Setuju
81. Clara	Setuju	Sangat Setuju
82. Danang	Sangat Setuju	Setuju
83. Dian	Kurang Setuju	Kurang Setuju
84. Doni	Kurang Setuju	Setuju
85. Dony	Kurang Setuju	Setuju
86. Eka	Setuju	Setuju
87. Eliza	Sangat Setuju	Sangat Setuju
88. Elvina	Sangat Setuju	Sangat Setuju
89. Endang	Setuju	Setuju
90. Erni	Kurang Setuju	Sangat Setuju
91. Eva	Sangat Setuju	Setuju
92. Fahri	Sangat Setuju	Setuju
93. Fani	Setuju	Setuju
94. Farhan	Setuju	Setuju
95. Fery	Sangat Setuju	Sangat Setuju
96. Fina	Setuju	Setuju
97. Frans	Sangat Setuju	Setuju
98. Ganda	Setuju	Setuju
99. Gilang	Setuju	Setuju
100. Guntur	Setuju	Sangat Setuju

b. Kuesioner Tokopedia

	Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Lazada berfungsi dengan baik.	Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan	Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan	Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya
1. Ahmad	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
2. Aldo	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
3. Aisyah	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
4. Andi	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
5. Anisa	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
6. Arya	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
7. Bagus	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
8. Bayu	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
9. Budi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
10. Citra	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
12. Dewi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
13. Dina	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
14. Dwi	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
15. Eka	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

16. Endang	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
17. Eni	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
18. Erwin	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
19. Farah	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
20. Fikri	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
21. Fitri	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
22. Fajar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
23. Galih	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
24. Gita	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
25. Hafiz	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
26. Hana	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju
27. Hendra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28. Indra	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
29. Ira	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
30. Iwan	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
31. Jaka	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
32. Joko	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
33. Kartika	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
35. Lia	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
36. Lili	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
37. Lukman	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
38. Madi	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
39. Maya	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
40. Mita	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
42. Nina	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
44. Putri	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
45. Rahmat	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
46. Rani	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
47. Ratna	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
48. Ridwan	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
49. Rina	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
50. Rizky	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
51. Sari	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
52. Sinta	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
53. Sri	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
54. Susi	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
55. Tia	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
56. Tini	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
57. Tri	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
58. Umi	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
59. Vina	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
60. Wawan	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
61. Widya	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
62. Yuni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
63. Yusril	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
64. Zahra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
65. Agus	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
66. Alfi	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
67. Ami	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
68. Angga	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
70. Arief	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
71. Arman	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
72. Aris	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
73. Astrid	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
74. Ayu	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
75. Bambang	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
76. Bella	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
77. Benny	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
78. Bima	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
79. Bunga	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
80. Cahyo	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
81. Clara	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
82. Danang	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
83. Dian	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
84. Doni	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
85. Dony	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
86. Eka	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
88. Elvina	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
89. Endang	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju

90. Erni	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
91. Eva	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
92. Fahri	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
93. Fani	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
94. Farhan	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
95. Fery	Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
96. Fina	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
97. Frans	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
98. Ganda	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
99. Gilang	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
100. Guntur	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju

	User tertarik untuk melakukan upgrade status langganan user-nya	Pada saat awal pemakaian aplikasi, user sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan	Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat	Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya	Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan
1. Ahmad	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
2. Aldo	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
3. Aisyah	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
4. Andi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
5. Anisa	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Tidak Setuju
6. Arya	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
7. Bagus	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
8. Bayu	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
9. Budi	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
10. Citra	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
11. Dedi	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
12. Dewi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
13. Dina	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
14. Dwi	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
15. Eka	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
16. Endang	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
17. Eni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
18. Erwin	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
19. Farah	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
20. Fikri	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
21. Fitri	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
22. Fajar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
23. Galih	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
24. Gita	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
25. Hafiz	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
26. Hana	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
27. Hendra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
28. Indra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
29. Ira	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
30. Iwan	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
31. Jaka	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
32. Joko	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
35. Lia	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
36. Lili	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
37. Lukman	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
38. Madi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
39. Maya	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
40. Mita	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
42. Nina	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
44. Putri	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
45. Rahmat	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
46. Rani	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
47. Ratna	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
48. Ridwan	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
49. Rina	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
50. Rizky	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
51. Sari	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
52. Sinta	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju

53. Sri	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
54. Susi	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
55. Tia	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
56. Tini	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
57. Tri	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
58. Umi	Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
59. Vina	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
60. Wawan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
61. Widya	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
62. Yuni	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
63. Yusril	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
64. Zahra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
65. Agus	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
66. Alfi	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
67. Ami	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
68. Angga	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
69. Ari	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
70. Arief	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
71. Arman	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
72. Aris	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
73. Astrid	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
74. Ayu	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Kurang Setuju
75. Bambang	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
76. Bella	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
77. Benny	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
78. Bima	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
79. Bunga	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
80. Cahyo	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
81. Clara	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
82. Danang	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
83. Dian	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
84. Doni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
85. Dony	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
86. Eka	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
88. Elvina	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
89. Endang	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
90. Erni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
91. Eva	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
92. Fahri	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
93. Fani	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
94. Farhan	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
95. Fery	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Kurang Setuju
96. Fina	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
97. Frans	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju
98. Ganda	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
99. Gilang	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
100. Guntur	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju

	Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah	Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat
1. Ahmad	Setuju	Setuju
2. Aldo	Setuju	Setuju
3. Aisyah	Kurang Setuju	Kurang Setuju
4. Andi	Sangat Setuju	Sangat Setuju
5. Anisa	Kurang Setuju	Setuju
6. Arya	Setuju	Setuju
7. Bagus	Kurang Setuju	Setuju
8. Bayu	Tidak Setuju	Kurang Setuju
9. Budi	Setuju	Setuju
10. Citra	Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Setuju
12. Dewi	Setuju	Setuju
13. Dina	Kurang Setuju	Kurang Setuju
14. Dwi	Tidak Setuju	Tidak Setuju
15. Eka	Setuju	Setuju
16. Endang	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17. Eni	Setuju	Setuju
18. Erwin	Setuju	Kurang Setuju
19. Farah	Kurang Setuju	Kurang Setuju
20. Fikri	Setuju	Kurang Setuju
21. Fitri	Setuju	Setuju

22. Fajar	Setuju	Setuju
23. Galih	Setuju	Setuju
24. Gita	Sangat Setuju	Setuju
25. Hafiz	Setuju	Setuju
26. Hana	Kurang Setuju	Setuju
27. Hendra	Setuju	Setuju
28. Indra	Setuju	Setuju
29. Ira	Kurang Setuju	Setuju
30. Iwan	Kurang Setuju	Setuju
31. Jaka	Kurang Setuju	Kurang Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju
35. Lia	Setuju	Kurang Setuju
36. Lili	Kurang Setuju	Kurang Setuju
37. Lukman	Kurang Setuju	Setuju
38. Madi	Kurang Setuju	Setuju
39. Maya	Kurang Setuju	Kurang Setuju
40. Mita	Kurang Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Setuju	Setuju
42. Nina	Kurang Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju
44. Putri	Kurang Setuju	Setuju
45. Rahmat	Setuju	Sangat Setuju
46. Rani	Setuju	Setuju
47. Ratna	Kurang Setuju	Setuju
48. Ridwan	Setuju	Setuju
49. Rina	Kurang Setuju	Kurang Setuju
50. Rizky	Setuju	Kurang Setuju
51. Sari	Setuju	Kurang Setuju
52. Sinta	Setuju	Setuju
53. Sri	Setuju	Sangat Setuju
54. Susi	Kurang Setuju	Sangat Setuju
55. Tia	Setuju	Sangat Setuju
56. Tini	Tidak Setuju	Kurang Setuju
57. Tri	Kurang Setuju	Setuju
58. Umi	Tidak Setuju	Kurang Setuju
59. Vina	Setuju	Setuju
60. Wawan	Setuju	Sangat Setuju
61. Widya	Tidak Setuju	Kurang Setuju
62. Yuni	Setuju	Setuju
63. Yusril	Kurang Setuju	Setuju
64. Zahra	Setuju	Setuju
65. Agus	Kurang Setuju	Setuju
66. Alfi	Setuju	Setuju
67. Ami	Kurang Setuju	Sangat Setuju
68. Angga	Kurang Setuju	Setuju
69. Ari	Kurang Setuju	Setuju
70. Arief	Setuju	Setuju
71. Arman	Setuju	Sangat Setuju
72. Aris	Kurang Setuju	Kurang Setuju
73. Astrid	Kurang Setuju	Kurang Setuju
74. Ayu	Kurang Setuju	Kurang Setuju
75. Bambang	Tidak Setuju	Setuju
76. Bella	Kurang Setuju	Kurang Setuju
77. Benny	Kurang Setuju	Setuju
78. Bima	Setuju	Setuju
79. Bunga	Kurang Setuju	Setuju
80. Cahyo	Setuju	Setuju
81. Clara	Setuju	Setuju
82. Danang	Setuju	Kurang Setuju
83. Dian	Kurang Setuju	Setuju
84. Doni	Kurang Setuju	Setuju
85. Dony	Kurang Setuju	Setuju
86. Eka	Kurang Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Kurang Setuju	Kurang Setuju
88. Elvina	Kurang Setuju	Kurang Setuju
89. Endang	Kurang Setuju	Setuju
90. Erni	Kurang Setuju	Setuju
91. Eva	Tidak Setuju	Setuju
92. Fahri	Kurang Setuju	Kurang Setuju
93. Fani	Setuju	Setuju
94. Farhan	Kurang Setuju	Kurang Setuju
95. Fery	Kurang Setuju	Setuju

96. Fina	Setuju	Sangat Setuju
97. Frans	Setuju	Setuju
98. Ganda	Setuju	Setuju
99. Gilang	Sangat Setuju	Sangat Setuju
100. Guntur	Setuju	Setuju

c. Kuesioner Lazada

	Fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi e-commerce Lazada berfungsi dengan baik.	Layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Admin sistem berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan	Aplikasi merupakan pilihan utama dalam melakukan pemesanan barang yang dibutuhkan	Aplikasi sering digunakan untuk mengecek barang baru sebanyak lebih dari satu kali setiap minggunya
1. Ahmad	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
2. Aldo	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
3. Aisyah	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
4. Andi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
5. Anisa	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
6. Arya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
7. Bagus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8. Bayu	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
9. Budi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
10. Citra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
12. Dewi	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
13. Dina	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
14. Dwi	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
15. Eka	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
16. Endang	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
17. Eni	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
18. Erwin	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
19. Farah	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
20. Fikri	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
21. Fitri	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
22. Fajar	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
23. Galih	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
24. Gita	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
25. Hafiz	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
26. Hana	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
27. Hendra	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
28. Indra	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
29. Ira	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
30. Iwan	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
31. Jaka	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
35. Lia	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
36. Lili	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
37. Lukman	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
38. Madi	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
39. Maya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
40. Mita	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
41. Nanda	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
42. Nina	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
44. Putri	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
45. Rahmat	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju
46. Rani	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
47. Ratna	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
48. Ridwan	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
49. Rina	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
50. Rizky	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
51. Sari	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
52. Sinta	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
53. Sri	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
54. Susi	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju

55. Tia	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
56. Tini	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
57. Tri	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
58. Umi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
59. Vina	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
60. Wawan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
61. Widya	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Setuju
62. Yuni	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
63. Yusril	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
64. Zahra	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
65. Agus	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
66. Alfi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
67. Ami	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
68. Angga	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
70. Arief	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
71. Arman	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
72. Aris	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
73. Astrid	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
74. Ayu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
75. Bambang	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
76. Bella	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
77. Benny	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
78. Bima	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
79. Bunga	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
80. Cahyo	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
81. Clara	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
82. Danang	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
83. Dian	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
84. Doni	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
85. Dony	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
86. Eka	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
88. Elvina	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
89. Endang	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
90. Erni	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Sangat Setuju
91. Eva	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
92. Fahri	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
93. Fani	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
94. Farhan	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
95. Fery	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
96. Fina	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
97. Frans	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
98. Ganda	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
99. Gilang	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
100. Guntur	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju

	User tertarik untuk melakukan upgrade status langganan user-nya	Pada saat awal pemakaian aplikasi, user sering menghabiskan banyak waktu untuk melihat-lihat fitur aplikasi dan produk yang ditawarkan	Aplikasi boleh direkomendasikan kepada teman atau kerabat dekat	Produk yang ditawarkan oleh aplikasi sangat direkomendasikan untuk dibeli lagi apabila telah habis pemakaiannya	Proses pemesanan barang dengan aplikasi sangat mudah dilakukan
1. Ahmad	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
2. Aldo	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
3. Aisyah	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
4. Andi	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
5. Anisa	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
6. Arya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
7. Bagus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8. Bayu	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
9. Budi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
10. Citra	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
12. Dewi	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
13. Dina	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
14. Dwi	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
15. Eka	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
16. Endang	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
17. Eni	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju

18. Erwin	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
19. Farah	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
20. Fikri	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
21. Fitri	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
22. Fajar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
23. Galih	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
24. Gita	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
25. Hafiz	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
26. Hana	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
27. Hendra	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
28. Indra	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
29. Ira	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
30. Iwan	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
31. Jaka	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
34. Lala	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
35. Lia	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
36. Lili	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
37. Lukman	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
38. Madi	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
39. Maya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
40. Mita	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
41. Nanda	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
42. Nina	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
44. Putri	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
45. Rahmat	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
46. Rani	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
47. Ratna	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
48. Ridwan	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
49. Rina	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
50. Rizky	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
51. Sari	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
52. Sinta	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
53. Sri	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
54. Susi	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
55. Tia	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
56. Tini	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
57. Tri	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
58. Umi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
59. Vina	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
60. Wawan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
61. Widya	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
62. Yuni	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
63. Yusril	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
64. Zahra	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
65. Agus	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
66. Alfi	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
67. Ami	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
68. Angga	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
70. Arief	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
71. Arman	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
72. Aris	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju
73. Astrid	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
74. Ayu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
75. Bambang	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
76. Bella	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
77. Benny	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
78. Bima	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
79. Bunga	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
80. Cahyo	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
81. Clara	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
82. Danang	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
83. Dian	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
84. Doni	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
85. Dony	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
86. Eka	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
88. Elvina	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
89. Endang	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
90. Erni	Kurang Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
91. Eva	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju

92. Fahri	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju
93. Fani	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
94. Farhan	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
95. Fery	Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
96. Fina	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Setuju
97. Frans	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Kurang Setuju
98. Ganda	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju
99. Gilang	Setuju	Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju
100. Guntur	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Kurang Setuju

	Proses pembatalan transaksi pemesanan dapat dilakukan dengan mudah	Proses pemesanan dan pembayaran pada aplikasi dapat dilakukan dalam waktu yang singkat
1. Ahmad	Setuju	Kurang Setuju
2. Aldo	Setuju	Kurang Setuju
3. Aisyah	Tidak Setuju	Kurang Setuju
4. Andi	Setuju	Setuju
5. Anisa	Setuju	Setuju
6. Arya	Setuju	Setuju
7. Bagus	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8. Bayu	Kurang Setuju	Setuju
9. Budi	Kurang Setuju	Kurang Setuju
10. Citra	Setuju	Setuju
11. Dedi	Setuju	Setuju
12. Dewi	Kurang Setuju	Kurang Setuju
13. Dina	Kurang Setuju	Kurang Setuju
14. Dwi	Setuju	Kurang Setuju
15. Eka	Setuju	Setuju
16. Endang	Setuju	Kurang Setuju
17. Eni	Kurang Setuju	Setuju
18. Erwin	Setuju	Setuju
19. Farah	Kurang Setuju	Kurang Setuju
20. Fikri	Kurang Setuju	Kurang Setuju
21. Fitri	Setuju	Setuju
22. Fajar	Setuju	Kurang Setuju
23. Galih	Setuju	Setuju
24. Gita	Kurang Setuju	Kurang Setuju
25. Hafiz	Setuju	Kurang Setuju
26. Hana	Setuju	Kurang Setuju
27. Hendra	Kurang Setuju	Kurang Setuju
28. Indra	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
29. Ira	Setuju	Sangat Setuju
30. Iwan	Setuju	Kurang Setuju
31. Jaka	Setuju	Setuju
32. Joko	Setuju	Setuju
33. Kartika	Setuju	Kurang Setuju
34. Lala	Setuju	Setuju
35. Lia	Setuju	Setuju
36. Lili	Setuju	Sangat Setuju
37. Lukman	Setuju	Setuju
38. Madi	Setuju	Sangat Setuju
39. Maya	Setuju	Setuju
40. Mita	Kurang Setuju	Kurang Setuju
41. Nanda	Setuju	Kurang Setuju
42. Nina	Kurang Setuju	Setuju
43. Novi	Setuju	Setuju
44. Putri	Sangat Setuju	Sangat Setuju
45. Rahmat	Kurang Setuju	Setuju
46. Rani	Setuju	Setuju
47. Ratna	Setuju	Setuju
48. Ridwan	Kurang Setuju	Kurang Setuju
49. Rina	Kurang Setuju	Setuju
50. Rizky	Setuju	Setuju
51. Sari	Kurang Setuju	Setuju
52. Sinta	Setuju	Sangat Setuju
53. Sri	Kurang Setuju	Setuju
54. Susi	Setuju	Kurang Setuju
55. Tia	Setuju	Kurang Setuju
56. Tini	Setuju	Kurang Setuju
57. Tri	Setuju	Setuju
58. Umi	Setuju	Setuju
59. Vina	Kurang Setuju	Setuju

60. Wawan	Setuju	Setuju
61. Widya	Setuju	Sangat Setuju
62. Yuni	Setuju	Kurang Setuju
63. Yusril	Setuju	Setuju
64. Zahra	Setuju	Setuju
65. Agus	Setuju	Setuju
66. Alfi	Setuju	Tidak Setuju
67. Ami	Kurang Setuju	Kurang Setuju
68. Angga	Sangat Setuju	Sangat Setuju
69. Ari	Setuju	Setuju
70. Arief	Setuju	Setuju
71. Arman	Setuju	Setuju
72. Aris	Setuju	Setuju
73. Astrid	Setuju	Kurang Setuju
74. Ayu	Setuju	Setuju
75. Bambang	Setuju	Setuju
76. Bella	Setuju	Setuju
77. Benny	Setuju	Sangat Setuju
78. Bima	Setuju	Setuju
79. Bunga	Setuju	Kurang Setuju
80. Cahyo	Setuju	Setuju
81. Clara	Kurang Setuju	Kurang Setuju
82. Danang	Kurang Setuju	Setuju
83. Dian	Setuju	Sangat Setuju
84. Doni	Setuju	Setuju
85. Dony	Kurang Setuju	Kurang Setuju
86. Eka	Kurang Setuju	Kurang Setuju
87. Eliza	Kurang Setuju	Kurang Setuju
88. Elvina	Setuju	Kurang Setuju
89. Endang	Setuju	Setuju
90. Erni	Setuju	Sangat Setuju
91. Eva	Setuju	Setuju
92. Fahri	Setuju	Setuju
93. Fani	Kurang Setuju	Setuju
94. Farhan	Kurang Setuju	Setuju
95. Fery	Setuju	Setuju
96. Fina	Setuju	Kurang Setuju
97. Frans	Setuju	Kurang Setuju
98. Ganda	Setuju	Kurang Setuju
99. Gilang	Setuju	Setuju
100. Guntur	Tidak Setuju	Sangat Setuju

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Mayberline
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 24 Mei 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Buddha
Alamat : Jalan Bangka Barat No. 8 Belawan
Email : mayberline03@gmail.com

Pendidikan Formal :
2008 – 2014 SD DR. WAHIDIN SUDIROHUSODO
2014 – 2017 SMP DR. WAHIDIN SUDIROHUSODO
2017 – 2020 SMA SUTOMO 2 MEDAN
2020 – 2024 STMIK TIME

Pengalaman Kerja :
2022 – 2024 Administrasi PT. Anugrah Danamas Remit
2020 – 2024 Freelance Desainer Grafis

Medan, Juli 2024



Mayberline



SURAT KEPUTUSAN
NO. 154/SK/P1/STMIKTIME/XII/2023

Tentang
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
STMIK TIME

1. **Membaca** : a. Hasil pemeriksaan berkas dan kelengkapan mahasiswa.
b. Presentasi Proposal Judul Skripsi mahasiswa tertanggal 09 Oktober – 18 Desember 2023.
2. **Mengingat** : a. Kurikulum Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Time Program Studi Sistem Informasi
b. Penyesuaian teknis pelaksanaan Skripsi Program Studi Sistem Informasi.
3. **Menimbang** : a. Bahwa skripsi mahasiswa merupakan wujud aplikasi kristalisasi sikap kemampuan dan ketrampilan mahasiswa/i dalam upaya menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari di bangku kuliah, serta skripsi merupakan salah satu mata kuliah yang memiliki bobot 6 SKS, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II Skripsi.

4. **Menetapkan** :
Pertama :

Mengangkat Saudara :

Pembimbing I	Herman, S.E., S.Kom., M.TI
Pembimbing II	David, S.Kom., M.TI

Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi atas :

2045032	Mayberline	Sistem Informasi
---------	------------	------------------

Dengan Judul Skripsi :

Analisis Perbandingan User Experience Terhadap Pengalaman Berbelanja Pada Aplikasi E-Commerce Menggunakan Heart Framework

Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Time

- Kedua : Apabila terdapat kekeliruan di kemudian hari tentang penetapan Dosen Pembimbing Skripsi ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya
- Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan 07 Desember 2023.

Ditetapkan di
Medan, 07 Desember 2023

Hendri, M.Kom
Pembantu Ketua I STMIK TIME





STMIK TIME

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER - TIME

FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : MAYBERLINE
NIM : 2045032
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK
NAMA DOSEN : HERMAN, S.E., S.KOM, M.TI.
DOSEN PEMBIMBING : ☒ I (SATU) ☐ II (DUA)

TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN BIMBINGAN	PARAF
21/12/2023	Jelaskan lebih rinci mengenai metode pengumpulan data. Berapa jumlah responden? Apa yang mau disurvey pada responden? Bukannya lebih tepat bila memakai metode angket (kuesioner). Memakai metode wawancara terstruktur atau tidak terstruktur? Sudah ada draft atas apa saja yang mau dipertanyakan pada pengumpulan data? Data responden apakah dirahasiakan atau tidak? Data apa saja yang diminta dari responden? Pada Bab 1 kepanjangan HEART dijelaskan satu kali saja, selanjutnya tidak perlu lagi	
03/01/2024	Apakah fitur dan program pada e-commerce sudah terbaru? Jelaskan beberapa jurnal dan penelitian yang menggunakan Heart Framework dan penelitian mengenai hal apa?Perjelas teori mengenai Heart Framework, disertai dengan contoh penerapannya.	
13/01/2024	Acc Bab I dan II Perbaiki spasi, bullet and numbering	
20/02/2024	Perbaiki bullet and numbering Upload hasil revisi bab sebelumnya Lanjutkan ke aplikasi	
22/02/2024	Acc Bab III	
24/06/2024	Recek bahasa dan penulisan Acc Bab IV	
26/06/2024	Acc Bab V	
05/07/2024	Acc Skripsi	

Ketentuan :

1. Bimbingan dengan dosen pembimbing minimal 8 (delapan) kali
2. Formulir Bimbingan wajib diisi dan ditunjukkan ke dosen pembimbing tiap bimbingan
3. Formulir Bimbingan Skripsi ini dianggap sah, apabila telah mendapatkan Pengesahan dari dosen pembimbing
4. Jika tidak memenuhi ketentuan di atas, skripsi dapat **DIBATALKAN**

Medan, Juni 2024

Dosen Pembimbing,



HERMAN, S.E., S.KOM, M.TI.

Mahasiswa,

MAYBERLINE



STMIK TIME

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER - TIME

FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : MAYBERLINE
NIM : 2045032
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *HEART FRAMEWORK*
NAMA DOSEN : DAVID, S.KOM., M.TI
DOSEN PEMBIMBING : ☐ I (SATU) ☒ II (DUA)

TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN BIMBINGAN	PARAF
27-01-2024	Bab 1 - Revisi isi, format penulisan kata, rapikan penulisan, buat nomor halaman	
30-01-2024	Bab 1 - Revisi format penulisan kata, nomor halaman (buat dengan Insert - Page Number), dan rapikan tabel penelitian.	
02-02-2024	Bab 1 - Acc	
15-02-2024	Bab 2 - Tidak perlu halaman Abstrak di sebelum Bab 2, nomor halaman menggunakan font Times New Roman	
19-02-2024	Bab 2 - Revisi format penulisan kata dan margin halaman	
21-02-2024	Bab 2 - Acc	
20-03-2024	Bab 3 - Revisi penulisan kata	
06-04-2024	Bab 3 - Acc	
25-06-2024	Bab 4 – Revisi nomor halaman dan penulisan judul tabel	
25-06-2024	Bab 4 - Acc	
25-06-2024	Bab 5 - Acc	
05-07-2024	Acc Skripsi	

Ketentuan :

- Bimbingan dengan dosen pembimbing minimal 8 (delapan) kali
- Formulir Bimbingan wajib diisi dan ditunjukkan ke dosen pembimbing tiap bimbingan
- Formulir Bimbingan Skripsi ini dianggap sah, apabila telah mendapatkan Pengesahan dari dosen pembimbing
- Jika tidak memenuhi ketentuan di atas, skripsi dapat **DIBATALKAN**

Medan, April 2024
Dosen Pembimbing,



DAVID, S.KOM., M.TI

Mahasiswa,

MAYBERLINE