

## **EVALUASI USER EXPERIENCE PADA APLIKASI BANK DIGITAL SEABANK MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ)**

<sup>1</sup>Aldisia Putra Simamora, <sup>2</sup>Adiyanto, <sup>3</sup>Winanti

<sup>1,2,3</sup>Prodi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Insan Pembangunan Indonesia

Email: <sup>1</sup>aldisyaputra165@gmail.com, <sup>2</sup>adiet031170@gmail.com

### **ABSTRAK**

Perkembangan bank digital yang semakin tinggi, banyak perusahaan mulai menginvestasikan dananya dalam pengembangan bank digital. *SeaBank* menjadi salah satu aplikasi bank digital yang sangat berkembangan pesat di Indonesia dan terus berinovasi memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Meskipun *SeaBank* telah diunduh lebih 5 juta pengguna, namun ditemukan keluhan yang disampaikan pengguna seperti proses pendaftaran akun yang sangat susah dan aplikasi semakin lambat. Keluhan terkait kualitas layanan dan sistem akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna secara signifikan terhadap aplikasi *S SeaBank*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan tingkatan aspek-aspek pengalaman pengguna bank digital *SeaBank* dan menentukan aspek-aspek pengalaman pengguna yang perlu ditingkatkan dengan menggunakan user experience questionnaire. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengguna bank digital SEABANK dengan teknik pengambilan sampel sampel acak sederhana. Adapun analisis yang digunakan adalah user experience questionnaire data analysis tools.

Hasil analisis pada perbandingan skala tolak ukur dengan menggunakan *user experience questionnaire data analysis tools* diketahui bahwa bank digital *SeaBank* mendapatkan nilai dibawah rata-rata pada aspek daya tarik (rata-rata 1,13), kejelasan (rata-rata 0,77), efisiensi (rata-rata 0,78), ketepatan (rata-rata 0,83), stimulasi (rata-rata 0,77), dan aspek kebaruan (rata-rata 0,34). Perlu adanya peningkatan pada aspek daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi dan aspek kebaruan untuk meningkatkan pengalaman pengguna bank digital *SeaBank*.

**Kata kunci:** pengalaman, pengguna, bank, digital, *SeaBank*, user experience questionnaire (ueq)

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi saat ini telah berkembang pesat. Pemanfaatan teknologi informasi telah memudahkan masyarakat dalam beraktifitas di kehidupan sehari-hari. Hal ini didasari oleh kemampuan teknologi informasi yang dapat menyimpan data dan mengolah informasi secara cepat dan efisien. Perusahaan, organisasi, dan pemerintahan telah menerapkan teknologi informasi dalam berbagai aktifitasnya menggunakan sistem yang terkomputerisasi dalam setiap pelayanannya.

Perkembangan layanan digital perbankan (*digital banking*) didorong oleh beberapa hal yaitu: adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat, gaya hidup masyarakat berubah sesuai dengan perkembangan teknologi, adanya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang efektif dan efisien sehingga dapat diakses kapan pun dan dimana

pun, kompetisi industri perbankan untuk memberikan layanan sesuai kebutuhan masyarakat dan kebutuhan perbankan terhadap operasional yang efisien dan terintegrasi.

*SeaBank* merupakan salah satu aplikasi bank digital yang sangat berkembang pesat di Indonesia dan terus berinovasi memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. *SeaBank* yang telah diunduh lebih 5 juta pengguna (*Google Play Store*, 2022). *SeaBank* berdiri pada 1991 di Jakarta yang sebelumnya bernama BKE dan pada 10 Pebruari 2021 resmi berganti nama menjadi *SeaBank* dan telah terdaftar dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan. Rekening tabungan menjadi produk perdana *SeaBank* dan telah bekerjasama dengan Shopee sebagai *marketplace* terbesar di Indonesia. Berdasarkan pengamatan penilaian aplikasi *SeaBank* di *Google Play Store*, pengguna mengeluhkan sangat sulit untuk membuka rekening baru ataupun lambatnya *customer*

service memberikan respon kepada nasabah.

Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pengalaman pengguna pada aplikasi *SeaBank* masih belum memuaskan. Menjamin kualitas suatu produk, maka produk tersebut harus memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi keinginan pelanggan terhadap produk yang sedang digunakan. Guna mendapatkan perspektif dari pengguna digunakan satu metode pendekatan *user experience*. *User experience* merupakan persepsi dan respon pengguna terhadap suatu produk atau layanan dengan memperlihatkan kepuasan serta kesenangan menggunakan produk tersebut. Metode untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) aplikasi bank digital *SeaBank* peneliti menggunakan metode *user experience questionnaire*. Evaluasi pengalaman pengguna yang dilakukan dalam jangka panjang seperti *user experience questionnaire* dapat memberikan hasil yang lebih cepat daripada menggunakan metode lain. Metode *user experience questionnaire* dapat menghasilkan banyak data kualitatif yang berguna mendeskripsikan kualitas pengalaman pengguna dan mengidentifikasi *user experience* tiap individu. *User Experience Questionnaire* merupakan metode evaluasi untuk mengukur *user experience* dengan menggunakan kuesioner. *User Experience Questionnaire* terbagi dalam enam skala pengukuran penilaian yaitu; Daya tarik (*Attractiveness*), Efisiensi (*Efficiency*), Kejelasan (*Perspicuity*), Stimulasi (*Stimulation*), Ketepatan (*Dependabilit*) dan Kebaruan (*Novelty*).

Penelitian yang membahas tentang pengujian sistem telah dilakukan oleh peneliti lain diantaranya adalah penelitian dengan judul Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna *Marketplace* *Jogjaplaza.id* dengan Metode *UEQ* dan *USE Questionnaire* (Intanny, Widayastuti, & Perdani, 2018). Selain penelitian tersebut terdapat penelitian lain yang berjudul Evaluasi *User Experience* Pada Aplikasi Mobile Penjualan Tiket Online (Murdioni, Tolle, & Kharisma, 2018), dan penelitian yang berjudul Evaluasi dan Perbaikan Pengalaman Pengguna

Menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)* dan *Heuristic Evaluation (HE)* pada Aplikasi *Mobile Info BMKG* (Kurniawan, Aknuranda, & Perdanakusuma, 2019).

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah Untuk mengukur tingkat *user experience* (pengalaman pengguna) terhadap layanan yang diberikan bank digital *SeaBank* dan menentukan aspek yang memerlukan perbaikan dalam meningkatkan *user experience* (pengalaman pengguna) bank digital *SeaBank* sehingga menjadi lebih baik.

### **Landasan Teori *User Experience***

Istilah *User Experience* mulai diperkenalkan oleh Donald Norman pada tahun 1990-an, dimana dengan perkembangan teknologi saat ini interaksi antara manusia dengan komputer sudah terjadi untuk semua bidang aktivitas manusia. *User Experience* adalah persepsi dan respon seseorang yang didapatkan dari penggunaan sistem, produk, atau jasa. Persepsi dan respon pengguna mencakup emosi, keyakinan, preferensi, persepsi, kenyamanan, perilaku, dan pencapaian pengguna yang terjadi sebelum, selama, dan setelah penggunaan. *User Experience* merupakan bagaimana pengguna mendapatkan kepuasan dan kesenangan dari menggunakan sistem, produk atau layanan. *User Experience* akan memastikan bahwa produk memiliki penampilan yang menarik bagi pengguna dan memiliki kualitas yang baik sesuai dengan keinginan pengguna (Sianturi, 2021).

*User experience* memiliki banyak aspek yang dapat dipertimbangkan dan diperhitungkan ketika akan mendesain produk-produk interaktif. Aspek-aspek tersebut yaitu: aspek *usability*, aspek *functionality*, aspek *aesthetic*, aspek *content*, *look and feel* dan *sensual emotional appeal*. *User experience* sangat berkaitan erat dengan desain interaksi (*interaction design*). Karena dengan adanya desain interaksi maka pengembang dapat mengetahui bagaimana pengalaman pengguna terhadap sebuah produk melalui pengukuran aspek-aspek *user experience*. Munculnya tanggapan-tanggapan dari pengguna yang potensial mengenai perspektif pengguna

terhadap desain dalam hal daya tarik (*appeal*), sentuhan (*touch*), keterlibatan (*engagement*), kegunaan (*usefulness*) dan lain sebagainya sehingga dapat membantu secara alamiah memunculkan *user experience* (Dharmaputra, et al., 2023).

### **User Experience Questionnaire**

*User Experience Questionnaire (UEQ)* merupakan alat atau kuesioner yang mudah dan efisien untuk mengukur User Experience (UX). UEQ ini memudahkan kita untuk mengukur UX pada sebuah desain aplikasi (Pangestu, Suryanto, & Pratama, 2023). *User Experience Questionnaire* bertujuan untuk melakukan pengukuran *user experience* secara cepat dan efisien terhadap produk interaktif. *UEQ* telah diterapkan dalam berbagai penelitian, misalnya evaluasi perangkat lunak bisnis.

*User experience questionnaire* dapat digunakan untuk membandingkan *user experience* dari 1 ataupun 2 produk. *User experience* memberikan penilaian *user experience* yang detail, komprehensif, mulai dari aspek *usability* sampai aspek *user experience*. *User experience questionnaire* memberikan kesan secara keseluruhan kepada pengguna ketika pengguna berinteraksi dengan suatu produk yang mencangkup aspek *attractiveness*, *pragmatic quality* dan *hedonic quality*. Beberapa skenario penggunaan yang dilakukan dengan metode *user experience questionnaire*. *User experience questionnaire* dapat digunakan untuk membandingkan *user experience* dari dua produk, menguji apakah sebuah produk memiliki *user experience* yang memadai, dan menentukan area yang memerlukan perbaikan. *User experience questionnaire* telah berhasil diimplementasikan dalam berbagai konteks penelitian misalnya untuk evaluasi *user experience* perangkat lunak bisnis (Schrepp, 2015).

Terdapat enam skala pengukuran yang terbagi menjadi 26 elemen pertanyaan didalam *user experience questionnaire*, yaitu (Schrepp, 2019):

- a. *Attractiveness* (Daya Tarik), kesan pengguna terhadap produk, apakah pengguna menyukai atau tidak produk tersebut.
- b. *Perspicuity* (Kejelasan), kejelasan dan kemudahan pengguna untuk menggunakan

- produk.
- c. *Efficiency* (Efisiensi), kecepatan dan keefisienan produk saat digunakan oleh pengguna.
- d. *Dependability* (Ketepatan), tingkat pengendalian interaksi produk oleh pengguna.
- e. *Stimulation* (Stimulasi), tingkat motivasi dan kesenangan pengguna saat menggunakan produk.
- f. *Novelty* (Kebaruan), Tingkat inovasi dan kreativitas yang diberikan produk sehingga menarik perhatian pengguna.

Keenam skala tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tiga persepsi yaitu persepsi daya tarik (*attractiveness*), persepsi kualitas pragmatis (*pragmatic quality*), dan persepsi kualitas kesenangan (*hedonic quality*) (Intanny, Widiyastuti, dan Perdani, 2018). Aspek *attractiveness* adalah bagian utama *user experience questionnaire*. Sebagai dimensi derajat murninya dalam kesan pengguna terhadap daya tarik produk. Aspek pragmatis (*pragmatic quality*) menggambarkan persepsi pengguna atas aspek teknis berfokus pada pencapaian tujuan dalam desain produk secara efisien (*efficiency dimension*), dapat dipahami (*perspicuity dimension*), dan tidak mengekang (*dependability dimension*). Kualitas kesenangan (*hedonic quality*) berkaitan dengan emosi atau perasaan pengguna yang melibatkan kesan yang memotivasi (*stimulation dimension*) dan desain yang kreatif (*novelty dimension*) sehingga dapat menarik perhatian pengguna.

Penerapan *user experience questionnaire* yang sangat mudah menjadi kelebihan *user experience questionnaire* sebagai metode pengukuran dibandingkan dengan metode lain seperti *System Usability Scale (SUS)* ataupun medote lainnya.

Kuesioner *user experience questionnaire* terdiri dari pasangan pernyataan yang saling bertolak belakang secara makna dan dapat merepresentasikan produk yang sedang diteliti. Kuesioner pada *user experience questionnaire* memiliki 7 skala pengukuran yang disimbolkan dengan lingkaran-lingkaran yang terletak diantara atribut-atribut pernyataan yang saling bertolak belakang seperti pada gambar 1 berikut.

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

Sumber: User Experience Questionnaire Handbook

GAMBAR 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner UEQ Versi Indonesia

## Metodologi Penelitian

### Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan sebuah rute atau jalannya penelitian supaya berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan akhirnya. Desain penelitian tersebut menjadi strategi keberhasilan suatu penelitian mulai dari proses hingga setelah penelitian selesai. Dengan adanya desain penelitian, maka penelitian dapat berjalan dengan lancar dan tujuan dari penelitian tersebut bisa didapatkan dengan baik

(Sugiyono, 2018).

Desain penelitian merupakan rangkaian dari prosedur dan juga metode yang digunakan untuk menganalisis dan juga menghimpun berbagai data untuk menentukan variabel yang akan menjadi topik penelitian. Desain penelitian juga menjadi strategi tepat yang dipilih oleh seorang peneliti untuk sepenuhnya dapat mengintegrasikan berbagai komponen penelitian dengan cara yang logis dan juga sistematis sehingga saat membahas atau

menganalisis apa yang terjadi di dalam penelitian menjadi logis dan juga efektif dan menjadi pusat penelitian yang baik (Abdussamad, 2021).

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif, karena pada penelitian ini akan menggambarkan kondisi dari sistem bank digital Seabank.

### Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif karena pada penelitian ini mengukur tingkat pengalaman pengguna dan menentukan aspek-aspek pengalaman pengguna yang memerlukan peningkatan pada bank digital SeaBank. Hasil dari pengukuran tingkat pengalaman pengguna pada penelitian ini dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan uji data statistik.

### Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, kuesioner menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)* untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi bank digital SeaBank. *User Experience Questionnaire (UEQ)* memiliki 6 skala dengan total 26 item pertanyaan sebagai berikut:

- a. *Attractiveness* (Daya Tarik), kesan pengguna terhadap produk, apakah pengguna menyukai atau tidak produk tersebut.
  - b. *Perspicuity* (Kejelasan), kejelasan dan kemudahan pengguna untuk menggunakan produk.
  - c. *Efficiency* (Efisiensi), kecepatan dan keefisiensi produk saat digunakan oleh pengguna.
  - d. *Dependability* (Ketepatan), tingkat pengendalian interaksi produk oleh pengguna.
  - e. *Stimulation* (Stimulasi), tingkat motivasi dan kesenangan pengguna saat menggunakan produk.
  - f. *Novelty* (Kebaruan), Tingkat inovasi dan kreativitas yang diberikan produk sehingga menarik perhatian pengguna.
- Keenam skala diatas kembangkan

menjadi 26 item pertanyaan, kemudian digunakan sebagai bahan kuesioner. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah semua pengguna aplikasi SEABANK sebanyak 4,9 juta pengguna dan menggunakan teknik *simple random sampling*. Berdasarkan metode Slovin maka jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 sampel. Kemudian, responden dipilih untuk melakukan pengukuran *user experience* pada aplikasi bank digital SEABANK menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)* dengan penyebaran kuesioner secara online.

### Pengujian dengan UEQ dan Analisis Hasil Evaluasi

Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian dilakukan pengujian data berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden menggunakan *User Experience Questionnaire*. Hasil pengujian *User Experience Questionnaire* dianalisis menggunakan *data analysis tools* yang tersedia di *User Experience Questionnaire* berupa dokumen *excel*.

### Interpretasi Hasil

Pada tahap ini, analisis yang telah dilakukan dengan metode *User Experience Questionnaire Data Analysis Tools* ditemukan permasalahan dan rekomendasi aspek-aspek yang memerlukan perbaikan pada aplikasi SEABANK.

Selanjutnya didapatkan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu penulis juga memberikan saran kepada pihak SEABANK dan peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan *user experience*.

## PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Jawaban yang telah terkumpul kemudian diolah dengan menghitung nilai tiap item atau pertanyaan sehingga menghasilkan nilai rata-rata dari masing-masing variabel *User Experience Questionnaire* dengan menggunakan *Analysis Tool* yang tersedia pada *user experience questionnaire*. Berikut ini hasil rata-rata pada setiap variabel yang telah dianalisis:

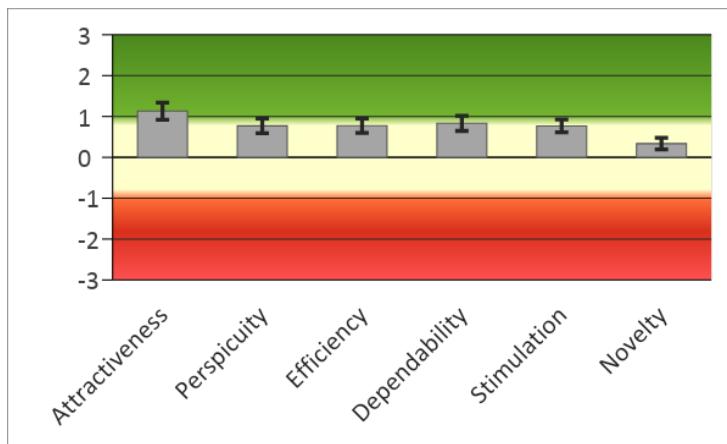
TABEL 1. Skala Rata-rata Variabel

VARIABEL	RATA-RATA	EVALUASI PENILAIN
Attractiveness	1,13	Positif
Perspicuity	0,770	Netral
Efficiency	0,775	Netral
Dependability	0,833	Positif
Stimulation	0,768	Netral
Novelty	0,338	Netral

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Evaluasi penilaian netral merupakan nilai rata-rata kesan dari pengguna dengan rentang nilai antara -0,8 sampai 0,8. Evaluasi positif merupakan nilai rata-rata kesan dari pengguna dengan rentang nilai lebih dari 0,8. Sedangkan evaluasi negatif merupakan nilai rata-rata kesan dari pengguna dengan rentang nilai kurang dari -0,8.

Berdasarkan rata-rata per variabel, dapat disimpulkan bahwa variabel attractiveness dan dependability mendapatkan evaluasi penilaian positif. Sedangkan variabel perspicuity, efficiency, stimulation dan novelty mendapatkan evaluasi penilaian netral. Deskripsi statistik dari nilai rata-rata per variabel dapat dilihat pada gambar 4.



Sumber: Data Primer Diolah (2023)

GAMBAR 2. Nilai Rata-rata Bank Digital SEABANK

#### Pragmatic dan Hedonic Quality

Skala *User Experience Questionnaire (UEQ)* dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu:

1) kualitas pragmatis dan 2) kualitas hedonis. Kualitas pragmatis terdiri dari *perspicuity*, *efficiency* dan *dependability*. Sedangkan kualitas hedonis terdiri dari *stimulation* dan *novelty*.

TABEL 2. Pragmatic dan Hedonic Quality

Pragmatic dan Hedonic Quality	
Attractiveness	1,13
Pragmatic Quality	0,79
Hedonic Quality	0,55

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Kualitas pragmatis menggambarkan aspek kualitas yang berkaitan dengan kinerja sistem atau produk. Kualitas hedonis menggambarkan aspek kualitas yang berkaitan dengan emosi atau perasaan pengguna saat menggunakan sistem atau produk.

### Data Set Benchmark

*User Experience Questionnaire (UEQ)*

dilengkapi dengan data *benchmark*. Hasil analisis data *benchmark* dilengkapi dengan tolak ukur terhadap produk-produk lain. Skala rata-rata yang diukur dalam penelitian ini dibandingkan dengan kumpulan produk yang telah dievaluasi menggunakan data yang tersimpan pada *benchmark User Experience Questionnaire (UEQ)*.

TABEL 3. Data Set Benchmark

Skala	Rata-rata	Perbandingan Benchmark	Penafsiran
Attractiveness (Daya Tarik)	1,13	<i>Below average</i>	50% hasilnya lebih baik, 25% hasilnya lebih buruk
Perspicuity (Kejelasan)	0,77	<i>Below Average</i>	50% hasilnya lebih baik, 25% hasilnya lebih buruk
Efficiency (Efisiensi)	0,78	<i>Below Average</i>	50% hasilnya lebih baik, 25% hasilnya lebih buruk
Dependability (Ketepatan)	0,83	<i>Below Average</i>	50% hasilnya lebih baik, 25% lebih buruk
Stimulation (Stimulasi)	0,77	<i>Below Average</i>	50% hasilnya lebih baik, 25% hasil lebih buruk
Novelty (Kebaruan)	0,34	<i>Below Average</i>	50% hasilnya lebih baik, 25% hasil lebih buruk

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan TABEL 3. Dapat dijelaskan bahwa skala *User Experience Questionnaire (UEQ)* yaitu: *attractiveness* (1,13), *perspicuity* (0,77), *efficiency* (0,78), *dependability* (0,83), *stimulation* (0,77) dan *novelty* (0,34). Keenam skala *User Experience Questionnaire (UEQ)* berada dibawah rata-rata (*Below Average*). Perbandingan hasil produk yang dievaluasi dengan data dalam *benchmark* memungkinkan kesimpulan mengenai kualitas relative produk yang dievaluasi dibandingkan dengan produk-produk lainnya.

### Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis responden terhadap evaluasi *user experience* di temukan beberapa rekomendasi perbaikan terhadap aplikasi bank digital SEABANK yaitu:

- Memberikan layanan sistem bank digital SEABANK yang lebih mudah dipahami, mudah dipelajari, dan sederhana sehingga nilai pada variabel *perspicuity* (kejelasan) menjadi lebih baik.

- Memberikan layanan sistem bank digital SEABANK yang lebih cepat memproses *input* dan *output*, dan terorganisasi sehingga variabel *efficiency* (efisiensi) menjadi lebih baik.
- Memberikan layanan sistem bank digital SEABANK yang dapat diprediksi sehingga variabel *dependability* (ketepatan) menjadi lebih baik.
- Memberikan layanan sistem bank digital SEABANK yang lebih mengasyikkan dan memotivasi pengguna sehingga variabel *stimulation* (stimulasi) menjadi lebih baik.
- Memberikan layanan sistem bank digital SEABANK yang lebih kreatif dan berdaya cipta sehingga variabel *novelty* (kebaruan) menjadi lebih baik.

### Kesimpulan

Pengukuran *user experience* yang dilakukan pada aplikasi SEABANK dengan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)* mendapatkan hasil semua skala *User Experience Questionnaire (UEQ)* masuk

dalam kategori dibawah rata-rata. Skala *attractiveness* (1,13), *perspicuity* (0,77), *efficiency* (0,78), *dependability* (0,83), *stimulation* (0,77) dan *novelty* (0,34).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Syakir Media Press.
- Dharmaputra, E. F., Primasari, C. H., Sidhi, T. A., Wibisono, Y. P., Setyohadi, D. B., & Cininta, M. (2023). Analisis User Interface (UI) dan User Experience (UX) Sudut Elevasi Pemukul Gamelan Metaverse Virtual Reality Menggunakan User Centered Design (UCD). *JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer)*, 137–146.
- Fathansyah. (2018). *Basis Data*. Bandung: Informatika.
- Intanny, V. A., Widyastuti, I., & Perdani, M. D. (2018). Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna Marketplace Jogjaplaza.id dengan Metode UEQ dan USE Questionnaire. *Jurnal Pekommas*, 117 - 126.
- Kurniawan, A. B., Aknuranda, I., & Perdanakusuma, A. R. (2019). Evaluasi dan Perbaikan Pengalaman Pengguna Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan Heuristic Evaluation (HE) pada Aplikasi Mobile Info BMKG. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4997-5006.
- Mehrens, W. A., & Lehmann, I. J. (1984). *Measurement and Evaluation in Education and Psychology*. New York: Holt.
- Moscove, S. A., & Simkin, M. G. (1990). *Accounting Information Systems*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Murdioni, R. A., Tolle, H., & Kharisma, A. P. (2018). Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Mobile Penjualan Tiket Online. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2078-2085.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2014). *Management Information System*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pangestu, K. K., Suryanto, T. M., & Pratama, A. (2023). User Experience Questionnaire (UEQ) Sebagai Metode Pengukuran Evaluasi Pengalaman Pengguna Virtual Campus Tour Universitas Pembangunan Nasional (UPN). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 442 - 451.
- Schrepp, M. (2015, September). *User Experience Questionnaire Handbook*. Retrieved from Researchgate: [https://www.researchgate.net/publication/281973617\\_User\\_Experience\\_Questionnaire\\_Handbook](https://www.researchgate.net/publication/281973617_User_Experience_Questionnaire_Handbook)
- Sianturi, R. A. (2021). PENERAPAN USEREXPERIENCE DESIGNPADA PENGEMBANGAN APLIKASI MOBILE MARKOPI. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, 703 - 7013.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.