

## Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Mcdonald's Dengan Perspektif Pengguna Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*

Sri Radhitya Murti Mahening<sup>1</sup>, Yopi Handrianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta  
10450, Indonesia

e-mail: <sup>1</sup>17190650@bsi.ac.id, <sup>2</sup>yopi@bsi.ac.id

Artikel Info : Diterima : 02-10-2023 | Direvisi : 00-00-0000 | Disetujui : 00-00-0000

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Responden diminta untuk mengisi kuesioner UEQ yang terdiri dari 26 pertanyaan terkait enam faktor pengalaman pengguna yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, stimulasi, ketepatan, dan kebaruan. Hasil analisis UEQ menunjukkan bahwa setiap variabel pengalaman pengguna memiliki nilai rata-rata di atas 0,8, menunjukkan adanya kepuasan yang positif dari pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur. Variabel daya tarik mendapatkan nilai (1,421), variabel kejelasan nilai (1,445), variabel efisiensi nilai (1,465), variabel stimulasi nilai (1,445), variabel ketepatan nilai (1,421), dan variabel kebaruan nilai (1,338). Penelitian ini menyimpulkan bahwa aplikasi McDonald's memperoleh hasil yang baik dalam kepuasan pengguna di Jakarta Timur, dengan adanya hubungan positif antara variabel daya tarik, kejelasan, efisiensi, stimulasi, ketepatan, dan kebaruan. Hasil ini dapat digunakan oleh McDonald's untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui peningkatan aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan.

**Kata Kunci** : Aplikasi McDonald's, Analisis Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pengguna Aplikasi McDonald's, *User Experience Questionnaire*

**Abstracts** - *This study aims to analyze the user satisfaction of the McDonald's application in East Jakarta using the User Experience Questionnaire (UEQ) method. Respondents were asked to fill out the UEQ questionnaire consisting of 26 questions related to six user experience factors, namely attractiveness, perspicuity, efficiency, stimulation, dependability, and novelty. The results of the UEQ analysis show that each user experience variable has an average value above 0.8, indicating positive satisfaction from users of the McDonald's application in East Jakarta. The attractiveness variable obtained a value of (1.421), perspicuity variable (1.445), efficiency variable (1.465), stimulation variable (1.445), dependability variable (1.421), and novelty variable (1.338). This study concludes that the McDonald's application has achieved good results in user satisfaction in East Jakarta, with a positive relationship between attractiveness, clarity, efficiency, stimulation, accuracy, and novelty variables. These findings can be used by McDonald's to enhance the user experience by improving aspects that still need enhancement.*

**Keywords** : *McDonald's Application, Customer Satisfaction Analysis, User Satisfaction of McDonald's Application, User Experience Questionnaire*

### PENDAHULUAN

Penggunaan aplikasi dalam bisnis pemesanan makanan telah menghadirkan perubahan signifikan dalam industri makanan cepat saji dan layanan pengiriman makanan. Ini membuat pelanggan bisa mendapatkan makanan pilihan mereka tanpa perlu mengantri atau keluar rumah. Tidak hanya itu, penggunaan aplikasi juga memberikan manfaat besar kepada pemilik bisnis. Dengan aplikasi, mereka dapat mengelola pesanan dengan lebih efisien, mengurangi kesalahan pesanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghemat biaya. Aplikasi online adalah sistem yang diterapkan untuk memudahkan dan menyelesaikan tugas tertentu dengan menggunakan jaringan internet sebagai mediana (Hidayat & Mukhlisin, 2020).

Dalam konteks bisnis yang semakin ketat persaingannya, efisiensi dan kualitas dalam pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu



memastikan bahwa aplikasi mereka dapat memberikan pengalaman pengguna yang baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk mencapai tujuan ini, perlu adanya penelitian menggunakan metode pengukuran kepuasan pelanggan, seperti *User Experience Questionnaire* (UEQ).

**Tinjauan Pustaka**

**1. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai memenuhi harapan mereka. Pelanggan dianggap senang dengan produk dan layanan yang telah diberikan oleh perusahaan jika harapan mereka terhadap produk atau layanan tersebut terpenuhi, bahkan melebihi harapan. Dalam perusahaan, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan pengalaman keseluruhan mereka dengan perusahaan (Mirella et al., 2022).

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beragam faktor, termasuk mutu produk atau pelayanan, keandalan, responsifitas, kemudahan penggunaan, komunikasi yang efektif, waktu tanggapan, penyelesaian masalah yang memuaskan, dan interaksi dengan karyawan atau perwakilan organisasi. Faktor-faktor ini berkontribusi pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan dan membentuk persepsi mereka tentang sejauh mana organisasi memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan juga memiliki dampak yang signifikan pada kesuksesan dan pertumbuhan organisasi. Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal, melakukan pembelian berulang, merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, dan memiliki hubungan jangka panjang dengan organisasi. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas dapat berpotensi meninggalkan organisasi, memberikan ulasan negatif, atau mengurangi keterlibatan dengan merek.

**2. Kualitas Pelanggan**

Kualitas layanan diartikan segala bentuk penyelenggaraan layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan dengan upaya maksimal dan keunggulan yang dimiliki, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan mereka (Kasinem, 2020).

Kualitas layanan merupakan ukuran dari pelayanan yang dilakukan oleh suatu organisasi memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini mencakup keseluruhan pengalaman pelanggan dengan memaksimalkan potensi layanan yang dimiliki perusahaan untuk pelanggan termasuk aspek-aspek seperti keandalan, responsifitas, keamanan, empati, dan tampilan fisik atau estetika.

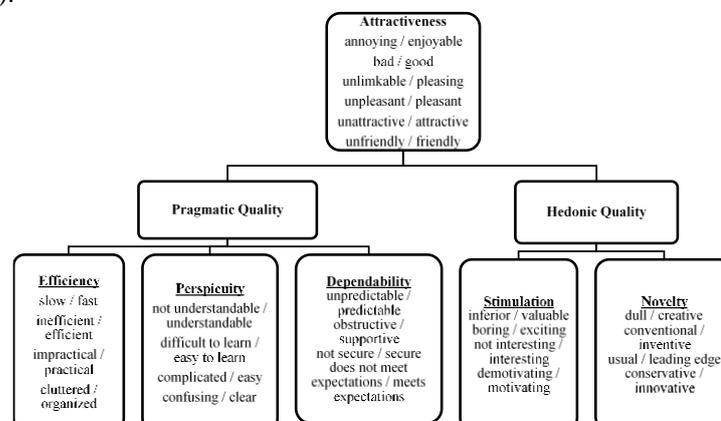
**3. Aplikasi**

Aplikasi merupakan suatu kesatuan perangkat lunak yang diciptakan dengan tujuan untuk menjalankan tuntutan dalam berkegiatan atau pekerjaan, seperti bisnis, periklanan, pelayanan masyarakat, permainan, dan kegiatan lain yang dilakukan oleh manusia (Susanty et al., 2019).

Aplikasi adalah perangkat lunak yang siap digunakan dan berfungsi sesuai dengan instruksi pengguna, memproses data menjadi hasil yang diinginkan. Aplikasi juga merupakan kumpulan perangkat lunak yang dirancang sebagai respon terhadap berbagai tuntutan dalam berkegiatan dan pekerjaan.

**4. User Experience Questionnaire**

UEQ atau *User Experience Questionnaire*, adalah suatu pendekatan untuk mengukur dan mengevaluasi pengalaman pengguna dalam menggunakan produk interaktif. Metode ini menggunakan kuesioner yang di dalamnya terdapat 26 pertanyaan yang dirancang untuk mengukur enam dimensi pengalaman pengguna, yaitu Daya Tarik, Kejelasan, Efisiensi, Ketepatan, Stimulasi, dan Kebaruan. Tujuan utama dari penggunaan metode UEQ adalah untuk mempercepat proses pengukuran pengalaman pengguna dalam menggunakan produk interaktif (Salsabila et al., 2022).



Sumber: (Salsabila et al., 2022)

Gambar 1. Struktur *User Experience Questionnaire* (UEQ)

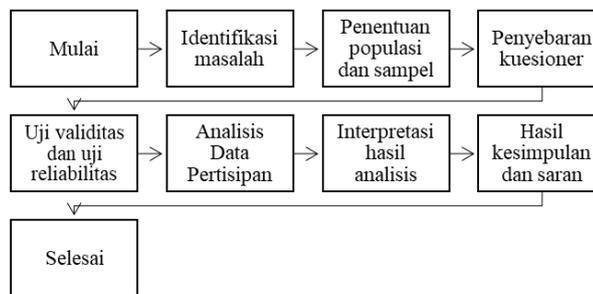
Seperti yang ada pada Gambar 1. dapat dijelaskan, UEQ membagi skala pengukuran tersebut menjadi tiga aspek utama, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kualitas pragmatis (*pragmatic quality*), dan kualitas hedonis (*hedonic quality*). Aspek daya tarik merupakan dimensi utama yang mencerminkan persepsi pengguna terhadap daya tarik produk. Aspek kualitas pragmatis terdiri dari kejelasan, efisiensi, dan ketepatan, dan fokus pada pencapaian tujuan pengguna. Sementara itu, aspek kualitas hedonis terdiri dari stimulasi dan kebaruan, dan berfokus pada pengalaman emosional dan kesan pengguna.

5. SPSS

SPSS atau *Statistical Program for Social Science* adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan dipergunakan dalam hal menganalisis suatu data dan melakukan perhitungan secara statistik, baik yang bersifat parametrik maupun non-parametrik. Tujuan utama adalah mempermudah proses analisis data dan menyediakan berbagai kemampuan statistik yang tinggi. Dengan menggunakan SPSS, pengguna dapat menganalisis penelitian dengan jumlah variabel yang lebih banyak sekaligus, karena program ini memiliki kapabilitas yang memadai dalam hal tersebut (Fauziah & Karhab, 2019).

SPSS menyediakan berbagai fitur dan fungsi untuk melakukan analisis data, termasuk pengolahan data, penghitungan statistik deskriptif, uji hipotesis, analisis regresi, analisis multivariat, analisis faktor, analisis cluster, dan banyak lagi. SPSS menyediakan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, serta menghasilkan output statistik yang dapat dipahami dengan baik.

METODE PENELITIAN



Sumber: (Penelitian, 2023)

Gambar 2. Alur Tahapan Penelitian

1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan oleh penulis seperti pada Gambar 2. dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Identifikasi Masalah  
Tahap ini melibatkan mengidentifikasi masalah penelitian secara spesifik, yaitu kepuasan pelanggan terhadap aplikasi McDonald's. Dalam hal ini, fokus penelitian adalah pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut.
- b. Penentuan Populasi dan Sampel  
Langkah selanjutnya adalah menentukan populasi yang relevan dengan penelitian, yaitu pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur. Populasi ini dapat dibatasi sesuai dengan kriteria tertentu, yaitu pengguna yang telah menggunakan aplikasi McDonald's dan berdomisili di Jakarta Timur.
- c. Penyebaran Kuesioner  
Dalam tahap ini, peneliti akan menyusun kuesioner berdasarkan *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk mengumpulkan data dari partisipan. Kuesioner ini akan mencakup pertanyaan yang relevan dengan pengalaman pengguna menggunakan aplikasi McDonald's seperti ketepatan (*dependability*), daya tarik (*attractiveness*), efisiensi (*efficiency*), kejelasan (*perspicuity*), kebaruan (*novelty*), dan stimulasi (*stimulation*). Kuesioner dapat didistribusikan secara *online* atau secara langsung kepada partisipan, tergantung pada preferensi peneliti.
- d. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas  
Validitas dan reliabilitas kuesioner perlu diuji untuk memastikan bahwa instrumen yang dimanfaatkan untuk mengukur konsep yang diinginkan secara akurat dan konsisten. Uji validitas melibatkan pengujian apakah kuesioner secara efektif mengukur variabel yang dituju. Uji reliabilitas bertujuan untuk memeriksa keandalan kuesioner dalam mengukur variabel secara konsisten.
- e. Analisis Data Partisipan  
Setelah kuesioner dikumpulkan, data yang diperoleh akan dianalisis. Analisis data melibatkan pemrosesan statistik untuk menggambarkan dan menganalisis tanggapan partisipan. Metode statistik yang digunakan dapat mencakup analisis statistik seperti uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan SPSS. Setelah itu, untuk mencari nilai rata-rata UEQ dari ketepatan (*dependability*), daya tarik (*attractiveness*), efisiensi (*efficiency*),

kejelasan (*perspicuity*), kebaruan (*novelty*), dan stimulasi (*stimulation*) menggunakan *UEQ Analysis Tool* berbasis Excel.

f. Interpretasi Data

Setelah data dianalisis, hasil analisis perlu diinterpretasikan untuk memahami pola dan temuan yang muncul. Hasil analisis dapat digambarkan dalam bentuk tabel, grafik, atau narasi yang menjelaskan temuan penelitian.

g. Hasil Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan interpretasi data, peneliti dapat menyusun kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian. Kesimpulan ini dapat mencakup temuan utama, hubungan antarvariabel, dan implikasi dari hasil penelitian. Selain itu, peneliti juga dapat memberikan saran bagi McDonald's atau pihak terkait untuk meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Agar kegiatan ini dapat berjalan sesuai rencana, perlu pemilihan metode dalam pengumpulan data yang akan dilakukan pada penelitian mengenai ini, berikut dapat dijabarkan beberapa metode-metode dalam pencarian data partisipan:

a. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen penelitian atau survei yang meliputi serangkaian pertanyaan yang dibuat untuk mendapatkan respon dari suatu kumpulan individu tertentu melalui wawancara pribadi atau melalui pos (Amalia et al., 2020). Kuesioner dapat disebarkan kepada partisipan yang merupakan pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur. Penyebaran dapat dilakukan secara *online* melalui platform survei atau melalui distribusi langsung kepada partisipan yang sesuai dengan kriteria populasi yang ditentukan.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati pengguna aplikasi McDonald's saat menggunakan aplikasi tersebut. Observasi dapat dilakukan secara langsung atau melalui rekaman layar (*screen recording*) untuk memahami interaksi pengguna dengan aplikasi, kesulitan yang mereka alami, serta respon emosional dan tingkat kepuasan yang muncul selama proses penggunaan aplikasi.

c. Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan fokus studi, di mana dari situ kesimpulan dapat diambil (Fauzia, 2020). Sampel ialah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang berada di dalam populasi disebut dengan sampel (Fauzia, 2020). Berdasarkan dari *website* resmi (Jakarta.bps.go.id, 2023) pada tahun 2022 sumber telah di update pada tanggal 28 April 2023 terdapat jumlah warga Jakarta Timur sebanyak 3.083.883 warga. Lalu, dihitung menggunakan rumus Slovin dengan jumlah batas toleransi kesalahan sebanyak 0.1 atau 10%, jadi jumlah partisipan yang didapatkan dengan rumus Slovin adalah 99,99 partisipan atau jika dibulatkan menjadi 100 partisipan.

## 3. Metode Analisis Data

Dapat dijelaskan yang digunakan dalam analisis data untuk penelitian ini menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Analisis Data Partisipan

Data yang diperoleh dari kuesioner dan observasi dapat dianalisis menggunakan UEQ Analysis Tools berbasis Microsoft Excel dan SPSS. Hasil kuesioner dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesulitan yang sering dialami oleh pengguna.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur secara tepat mengukur variabel yang ingin diukur. Semakin tinggi validitas suatu instrumen, semakin tepat sasaran alat pengukur tersebut dalam menilai data yang dimaksudkan (Amanda et al., 2019). Uji reliabilitas adalah suatu metode evaluasi yang digunakan untuk menentukan tingkat keandalan atau kepercayaan sebuah alat pengukur. Uji ini mengindikasikan sejauh mana alat pengukur tersebut dapat diandalkan dan konsisten (Amanda et al., 2019). Uji validitas dan reliabilitas dapat dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode seperti *Pearson Product Moment*. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung koefisien reliabilitas internal seperti *alpha Cronbach*. Berikut adalah rumus dari uji validitas dan uji reliabilitas:

1) Uji Validitas

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

Keterangan :

- $R_{xy}$  = Koefisien Korelasi Antara X Dan Y
- N = Jumlah Subjek
- $\sum xy$  = Jumlah Perkalian Antara Skor X Dan Skor Y
- $\sum x$  = Jumlah Skor X
- $\sum y$  = Jumlah Skor Y

2) Uji reliabilitas

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right)$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Nilai Reliabilitas
- k = Jumlah Item
- $\sum s_i$  = Jumlah Varian Skor Tiap-Tiap Item
- $S_t$  = Varian Total

c. Uji Hipotesis

Dalam melakukan uji hipotesis pada aplikasi McDonald's dengan perspektif pengguna di Jakarta Timur, langkah-langkah yang akan dilakukan meliputi melakukan uji t, uji f, dan uji r agar bisa menarik kesimpulan apakah hipotesis yang telah dirancang dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis data yang relevan.

1) Uji T Parsial

Uji t adalah suatu metode pengujian yang digunakan untuk menentukan signifikansi koefisien regresi. Metode ini memperlihatkan pengaruh setiap variabel secara individu terhadap variabel terikat dengan mengontrol variabel lainnya. Ketika statistik uji t ini berbeda secara signifikan dari nol, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut secara individu memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Jika hasilnya signifikan, maka tanda dan nilai koefisien memiliki makna yang relevan dalam interpretasi data (Sihabudin et al., 2021). Berikut merupakan rumus dari Uji T Parsial:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

2) Uji F Simultan

Uji F, yang juga dikenal sebagai uji simultan, digunakan untuk menguji apakah variabel independen yang digunakan dalam model dapat secara bersama-sama menjelaskan perubahan dalam nilai variabel dependen atau tidak (Sihabudin et al., 2021). Berikut merupakan rumus dari Uji F Simultan:

$$F = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Sumber : (Labmutu.com, 2020)

Gambar 3. Rumus Uji F

Keterangan :

- R<sup>2</sup> : Koefisien Determinasi
- N : Jumlah Data
- K : Jumlah Variabel Independen

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi (fluktuasi) variabel dependen (Y) dari persamaan regresi yang digunakan." (Sihabudin et al., 2021). Berikut rumus dari Uji Koefisien Determinasi:

$$R^2 = 1 - \frac{SS Error}{SS Total} = 1 - \frac{\sum(y_i - y_1)^2}{\sum(y_i - \bar{y})^2}$$

Keterangan :

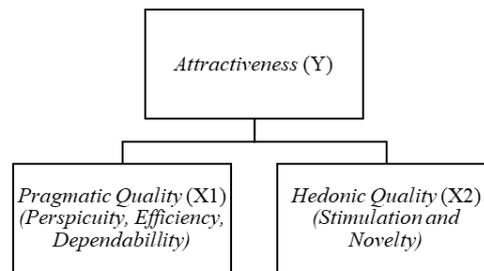
$Y_i$  : Observasi Respon ke i

$\bar{Y}$  : Rata-rata

$Y_1$  : Ramalan Respon ke 1

4) Analisis Statistik Deskriptif UEQ

Skala UEQ yang digunakan dalam kuesioner dapat dianalisis dengan memperoleh skor rata-rata atau *mean* untuk setiap dimensi atau variabel yang dievaluasi seperti ketepatan (*dependability*), daya tarik (*attractiveness*), efisiensi (*efficiency*), kejelasan (*perspicuity*), kebaruan (*novelty*), dan stimulasi (*stimulation*) menggunakan *UEQ Analysis Tool*. Skor rata-rata atau *mean* dapat digunakan untuk membandingkan tingkat pengalaman pengguna pada setiap dimensi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.



Sumber: (Schrepp, 2023)

Gambar 4. Variabel Skala UEQ

Tabel 1. Skala Penilaian pada UEQ

Rentang Nilai Mean	Keterangan
> 0,8	Positif (baik)
-0,8 – 0,8	Netral
< -0,8	Negatif (buruk)

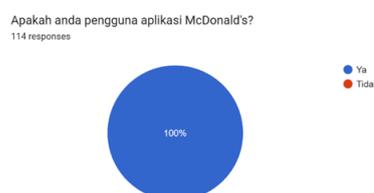
Sumber: (Schrepp, 2023)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Analisis Data Partisipan**

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan selama lima hari, mulai dari 1 Juni 2023 hingga 5 Juni 2023. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner daring dan berhasil memperoleh 114 partisipan. Partisipan kemudian dikelompokkan berdasarkan karakteristik seperti pengguna aplikasi McDonald's, domisili, jenis kelamin, status pekerjaan, usia, lama penggunaan aplikasi McDonald's, dan durasi penggunaan aplikasi McDonald's.

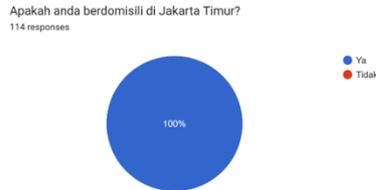
a. Pengguna Aplikasi McDonald's



Gambar 5. Diagram Pengguna Aplikasi McDonald's

Dalam diagram yang terlihat pada Gambar 5. terlihat bahwa dari total 114 partisipan yang terlibat dalam penelitian ini, semuanya merupakan pengguna aplikasi McDonald's. Hal ini mencerminkan fokus utama penelitian ini yang ditujukan kepada para pengguna aplikasi McDonald's. Dalam pemilihan partisipan, hanya pengguna aplikasi McDonald's yang diikutsertakan dalam penelitian ini guna mendapatkan informasi yang relevan dan sesuai berdasarkan tujuan penelitian tersebut.

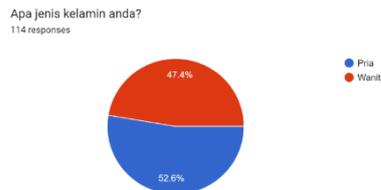
b. Domisili



Gambar 6. Diagram Domisili

Dalam diagram yang terlihat pada Gambar 6. terlihat bahwa dari total 114 partisipan yang terlibat dalam penelitian ini berasal dari domisili Jakarta Timur. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki fokus khusus pada pengguna aplikasi McDonald's yang berdomisili di Jakarta Timur.

c. Jenis Kelamin



Gambar 6. Diagram Jenis Kelamin

Dalam diagram yang terlihat pada gambar IV.3, mayoritas partisipan dalam penelitian ini adalah pria, dengan jumlah 60 partisipan atau sekitar 52,6% dari total partisipan. Sedangkan, partisipan perempuan berjumlah 54 partisipan atau sekitar 47,4% dari total partisipan. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa partisipasi partisipan pria unggul jumlah daripada partisipan perempuan dalam penelitian ini. Informasi ini memberikan gambaran tentang distribusi jenis kelamin dalam populasi partisipan yang terlibat dalam penelitian.

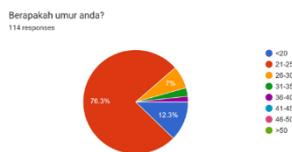
d. Status Pekerjaan



Gambar 7. Diagram Status Pekerjaan

Dalam diagram pada Gambar 7. data komposisi partisipan berdasarkan status pekerjaan dalam penelitian ini terlihat. Mayoritas partisipan adalah mahasiswa (62 partisipan atau sekitar 54,4% dari total partisipan). Karyawan swasta merupakan 23 partisipan (sekitar 20,2%), sementara wirausaha berjumlah 16 partisipan (sekitar 14%). Selanjutnya, pelajar berkontribusi dengan 12 partisipan (sekitar 10,5%), dan Pegawai Negeri Sipil hanya ada 1 partisipan (sekitar 0,9%). Data ini memberikan gambaran distribusi status pekerjaan dalam kelompok partisipan dalam penelitian.

e. Usia



Gambar 8. Diagram Usia

Dalam Gambar 8, terdapat data mengenai distribusi usia partisipan dalam penelitian ini. Mayoritas partisipan berusia 21-25 tahun (76,3% dari total partisipan). Partisipan berusia kurang dari 20 tahun menempati posisi kedua (12,3%). Selanjutnya, ada 8 partisipan berusia 26-30 tahun (7%), 3 partisipan berusia 31-35 tahun (2,6%), dan 2 partisipan berusia 36-40 tahun (1,8%). Tidak ada partisipan dengan usia 41 tahun ke atas dalam penelitian ini. Data ini memberikan gambaran distribusi usia partisipan dalam kelompok penelitian.

f. Lama Penggunaan Aplikasi McDonald's



Gambar 9. Diagram Lama Penggunaan Aplikasi

Dalam diagram yang terlihat pada gambar 9, mayoritas partisipan dalam penelitian ini telah menggunakan aplikasi McDonald's selama 1-3 tahun, sebanyak 80 orang atau sekitar 70,2%. Ada juga 29 partisipan atau sekitar 25,4% yang telah menggunakan aplikasi McDonald's kurang dari 1 tahun, sedangkan hanya 5 partisipan atau sekitar 4,4% yang telah menggunakan aplikasi McDonald's selama lebih dari 3 tahun. Data ini memberikan gambaran tentang durasi penggunaan aplikasi McDonald's oleh partisipan dalam penelitian tersebut.

g. Durasi Penggunaan Aplikasi McDonald's



Gambar 10. Diagram Durasi Penggunaan Aplikasi

Dalam Gambar 10, data mengenai durasi penggunaan aplikasi McDonald's oleh partisipan penelitian terlihat. Sebanyak 93 partisipan (sekitar 81,6%) mengungkapkan bahwa mereka menggunakan aplikasi McDonald's secara kadang-kadang. Ada 15 partisipan (sekitar 13,2%) yang mengatakan mereka jarang menggunakannya. Hanya 6 partisipan (sekitar 5,3%) yang menyatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi McDonald's setiap waktu. Data ini memberikan gambaran tentang kebiasaan partisipan dalam menggunakan aplikasi McDonald's dan frekuensi akses mereka.

## 2. Uji Kelayakan Data

### a. Uji Validitas

Penelitian ini melibatkan 114 partisipan, lalu peneliti melakukan uji validitas memakai koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa suatu pernyataan bisa dinyatakan valid jika hasil dari nilai  $r$  hitungnya lebih besar dari 0,195 berdasarkan nilai  $r$  tabel. Dalam penelitian ini, peneliti telah menghubungkan setiap pernyataan dengan total skor *item* yang diperoleh dari jawaban partisipan. Berikut merupakan hasil dari pengujian validitas koefisien korelasi *Pearson Product Moment* untuk aplikasi McDonald's:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas			
Indikator Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
P1	,762	,195	Valid
P2	,621		
P3	,56		
P4	,692		
P5	,65		
P6	,517		
P7	,702		
P8	,648		
P9	,601		
P10	,659		
P11	,694		
P12	,747		
P13	,691		
P14	,543		
P15	,702		
P16	,725		
P17	,761		
P18	,627		
P19	,685		
P20	,765		
P21	,819		
P22	,817		
P23	,667		
P24	,723		
P25	,746		
P26	,664		

Berdasarkan Tabel 2. terdapat 26 pernyataan yang telah diuji validitasnya dengan menggunakan koefisien korelasi Pearson Product Moment. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai r hitung setiap pernyataan lebih besar dari nilai r tabel yang ditentukan. Maka, dapat ditarik kesimpulan setiap pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan mampu memberikan hasil ukur yang akurat dan tepat dalam konteks penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Peneliti melakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha untuk setiap pernyataan yang diujikan. Untuk memastikan keandalan suatu pernyataan, peneliti mengacu pada nilai Cronbach's Alpha yang seharusnya melebihi 0,60. Jika nilai Cronbach's Alpha memenuhi persyaratan ini, maka dapat diartikan bahwa variabel tersebut mengandung tingkat keandalan yang memadai sebagai alat pengumpulan data yang efektif.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

<b>Reliability Statistics</b>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,955	26

Sumber : (Penelitian, 2023)

Pengujian reliabilitas terhadap 26 pernyataan tersebut, diperoleh hasil yang menunjukkan nilai reliabilitas sebesar 0,955. Maka, dapat dijadikan kesimpulan setiap pernyataan pada penelitian ini dapat dianggap *reliabel*.

**3. Uji Kelayakan Data**

a. Analisis Mean UEQ

Dalam penelitian mengenai ini, alat bantu yang dimanfaatkan adalah UEQ Analysis Tool. Metode ini melibatkan analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk melihat nilai rata-rata (mean) pada setiap skala atau variabel yang terdapat dalam kuesioner. Dalam melakukan analisis ini, peneliti mengumpulkan data dari partisipan yang menggunakan aplikasi McDonald's di Jakarta Timur. Data tersebut mencakup variabel daya tarik (*attractiveness*), variabel kejelasan (*perspicuity*), variabel efisiensi (*efficiency*), variabel stimulasi (*stimulation*), ketepatan (*dependability*) dan variabel kebaruan (*novelty*). Setelah data terkumpul, nilai mean dari setiap skala atau variabel dihitung.

Tabel 4. Hasil Nilai Mean dari Setiap Pertanyaan

Item	Mean	Resp.	Left	Right	Keterangan
1	1,2	114	menyusahkan	menyenangkan	Positif
2	1,7	114	tak dapat dipahami	dapat dipahami	Positif
3	1,6	114	kreatif	monoton	Positif
4	1,3	114	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Positif
5	1,5	114	bermanfaat	kurang bermanfaat	Positif
6	1,5	114	membosankan	mengasyikkan	Positif
7	1,3	114	tidak menarik	menarik	Positif
8	1,3	114	tak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Positif
9	1,4	114	cepat	lambat	Positif
10	1,1	114	berdaya cipta	konvensional	Positif
11	1,4	114	menghalangi	mendukung	Positif
12	1,6	114	baik	buruk	Positif
13	1,2	114	rumit	sederhana	Positif
14	1,5	114	tidak disukai	menggembirakan	Positif
15	1,1	114	lazim	terdepan	Positif
16	1,4	114	tidak nyaman	nyaman	Positif
17	1,6	114	aman	tidak aman	Positif
18	1,4	114	memotivasi	tidak memotivasi	Positif
19	1,4	114	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Positif
20	1,6	114	tidak efisien	efisien	Positif
21	1,5	114	jelas	membingungkan	Positif
22	1,5	114	tidak praktis	praktis	Positif
23	1,3	114	terorganisasi	berantakan	Positif
24	1,2	114	atraktif	tidak atraktif	Positif
25	1,6	114	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Positif
26	1,6	114	konservatif	inovatif	Positif

Dapat dilihat bahwa dari 26 *item* pernyataan yang telah diberikan kepada pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur mendapatkan hasil yang positif, menandakan bahwa variabel daya tarik (*attractiveness*), variabel kejelasan (*perspicuity*), variabel efisiensi (*efficiency*), variabel stimulasi (*stimulation*), ketepatan

(dependability) dan variabel kebaruan (*novelty*) mendapatkan nilai yang positif. Setelah nilai *mean* dari tiap-tiap pernyataan sudah diketahui selanjutnya dapat diperoleh jumlah hasil rata-rata atau *mean* dari setiap pernyataan atau setiap variabel.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang hasil penelitian, telah disusun sebuah tabel dan gambar diagram yang menunjukkan jumlah rata-rata keseluruhan tiap-tiap soal berdasarkan variabel. Berikut merupakan tabel dan gambar diagram jumlah *mean* keseluruhan berdasarkan setiap variabel :

Tabel 5. Jumlah Mean dari setiap pertanyaan berdasarkan Variabel

Skala UEQ	Mean	Keterangan
Daya tarik	1,421	Positif
Kejelasan	1,445	Positif
Efisiensi	1,465	Positif
Ketepatan	1,421	Positif
Stimulasi	1,445	Positif
Kebaruan	1,338	Positif

Dari Tabel tersebut, diperoleh nilai mean untuk setiap variabel. Variabel efisiensi memiliki nilai mean tertinggi, yaitu 1,465. Di posisi kedua, terdapat dua variabel, yaitu kejelasan dan stimulasi, yang memiliki nilai mean yang sama, yaitu 1,445. Di posisi ketiga, juga terdapat dua variabel, yaitu daya tarik dan ketepatan, dengan nilai mean yang sama, yaitu 1,421. Sementara itu, variabel kebaruan memiliki nilai mean paling rendah, yaitu 1,338.

Tabel 6. Hasil Nilai Mean dari Indikator Pengalaman Pengguna

Indikator Pangalaman Pengguna	Rata-rata
Kualitas attractiveness	1,42
Kualitas Pragmatis	1,44
Kualitas Hedonis	1,39

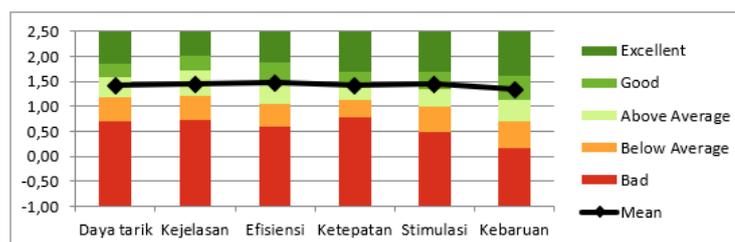
Ketiga kategori ini adalah skala atau variabel UEQ yang telah dikelompokkan. Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa kategori pragmatis yang mencakup variabel efisiensi, kejelasan, dan kejelasan memiliki nilai mean tertinggi, yaitu 1,44. Kategori attractiveness yang mencakup variabel daya tarik memiliki nilai mean sebesar 1,42. Sedangkan, kategori hedonis yang mencakup variabel stimulasi dan kebaruan memiliki nilai mean sebesar 1,39.

b. Analisis *benchmark* UEQ

Setelah menentukan nilai *mean* dari tiap-tiap variabel, langkah berikutnya yang akan dilalui adalah melakukan perbandingan nilai *mean* tersebut dengan kumpulan data benchmark, Perbandingan ini bertujuan untuk membandingkan kualitas aplikasi McDonald's dibandingkan dengan produk lainnya. Berikut merupakan hasil *benchmark* aplikasi McDonald's menggunakan *UEQ Analysis Tool* dari 114 partisipan yang terlibat pada penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Skala Penilaian Benchmark Pada UEQ

Skala	Mean	Perbandingan <i>benchmark</i>
<i>attractiveness</i>	1,42	<i>Above average</i>
<i>Perspicuity</i>	1,45	<i>Above average</i>
<i>Efficiency</i>	1,46	<i>Above average</i>
<i>Dependability</i>	1,42	<i>Above average</i>
<i>Stimulation</i>	1,45	<i>Good</i>
<i>Novelty</i>	1,34	<i>Good</i>



Gambar 11. Diagram Hasil Skala Penilaian Benchmark Pada UEQ

Dari Tabel dan Gambar di atas, terdapat empat variabel yang memiliki nilai di atas rata-rata (*above average*), yaitu daya tarik (*attractiveness*) dengan mean 1,42, kejelasan (*perspicuity*) dengan mean 1,45, efisiensi (*efficiency*) dengan mean 1,46, dan ketepatan (*dependability*) dengan mean 1,42. Oleh karena itu, keempat variabel ini mendapatkan penilaian di atas rata-rata. Sementara itu, variabel stimulasi (*stimulation*) memiliki mean 1,45, dan variabel kebaruan (*novelty*) memiliki mean 1,34, yang menunjukkan bahwa kedua variabel ini mendapatkan penilaian yang baik (*good*).

4. Hasil Uji hipotesis

Informasi tentang hubungan yang terjadi secara simultan antara beberapa variabel independen dengan variabel dependen dapat dinilai berdasarkan dari hasil dari analisis regresi berganda. Dalam proses pengujian ini, kita dapat memperoleh pemahaman mengenai seberapa besar sumbangan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen, serta apakah hubungan tersebut memiliki signifikansi statistik.

a. Uji T Parsial

Tabel 8. Hasil Uji T Parsial

Coefficients*						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constan )	-.320	.398		-.804	.423
	X1	.342	.032	.665	10.588	.000
	X2	.262	.054	.302	4.813	.000

a Dependent Variable: Y

Hasil penilaian uji t parsial dapat dijelaskan berdasarkan pada Tabel 8. X1 merupakan variabel *Pragmatic*, X2 merupakan variabel *Hedonic*, dan Y merupakan variabel *Attractiveness*.

1) Berdasarkan Signifikansi

- a) Berdasarkan pada Tabel 8 di atas, diketahui bahwa variabel X1 mendapatkan nilai 0,000. Oleh sebab itu, dapat diartikan terdapat pengaruh X1 terhadap Y sehingga hipotesis diterima. Hal ini dapat dikatakan seperti itu karena nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05.
- b) Begitupula dengan variabel X2, berdasarkan pada Tabel IV.8 di atas diketahui bahwa variabel X2 mendapatkan nilai 0,000. Oleh sebab itu, dapat diartikan terdapat pengaruh X1 terhadap Y sehingga hipotesis diterima. Hal ini dapat dikatakan seperti itu karena nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05.

2) Berdasarkan Signifikansi

- a) Berdasarkan pada Tabel 8 diatas, diketahui bahwa variabel X1 mendapatkan nilai 10.588. Oleh sebab itu, dapat diartikan terdapat pengaruh antara X1 terhadap Y sehingga hipotesis diterima. Hal ini dapat dikatakan seperti itu karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1.983.
- b) Begitupula dengan variabel X2, berdasarkan pada Tabel IV.8 diatas diketahui bahwa variabel X2 mendapatkan nilai 4.813. Oleh sebab itu, dapat diartikan terdapat pengaruh antara X2 terhadap Y sehingga hipotesis diterima. Hal ini dapat dikatakan seperti itu karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1.983.

b. Uji F Simultan

Tabel 9. Hasil Uji F Simultan

ANOVAa*						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.386.878	2	2.193.439	384.302	.000b
	Residual	633.543	111	5.708		
	Total	5.020.421	113			

a Dependent Variable: Y

b Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan pada Tabel IV.9, terdapat dua kategori penilaian yang pertama hasil pengujian berdasarkan sig. dan hasil pengujian berdasarkan nilai t tabel. berikut merupakan penjelasannya:

- 1) Berdasarkan Signifikasi  
Berdasarkan pada Tabel 9 diatas, diketahui nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel Pragmatic (X1) dan variabel Hedonic (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Attractiveness (Y)
- 2) Berdasarkan Nilai F Tabel  
Berdasarkan pada Tabel IV.9 diatas, diketahui nilai F hitung sebesar 384.302. Karena nilai F hitung 384.302 lebih besar dari nilai F tabel 3,09, dapat disimpulkan bahwa variabel Pragmatic (X1) dan variabel Hedonic (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Attractiveness (Y).

Setelah peneliti mengetahui bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, proses selanjutnya adalah untuk menentukan persentase dari pengaruh yang diberikan oleh kedua variabel tersebut secara kolektif. Dalam analisis lanjutan, peneliti dapat menggunakan metode seperti koefisien determinasi (R Square) untuk mengestimasi persentase variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh gabungan kedua variabel independen tersebut. Hasil estimasi ini akan memberikan gambaran tentang seberapa besar sumbangan atau kontribusi dari kedua variabel independen dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

c. Uji Koefesien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefesien Determinasi

<i>Model Summary*</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.935a	.874	.872	2.389
<i>a Predictors: (Constant), X2, X1</i>				
<i>b Dependent Variable: Y</i>				

Berdasarkan pada Tabel 10. dapat diartikan dengan jelas bahwa besar yang didapatkan nilai *R Square* ialah .874 atau sama dengan 87,4% sehingga dapat dijelaskan bahwa, variabel *Pragmatic* (X1) dan variabel *Hedonic* (X2) secara bersama berpengaruh terhadap variabel *Attractiveness* (Y) sebesar 87,4%. sedangkan sisa nya (12,6%) dipengaruhi oleh variabel luar konteks atau variabel yang tidak diteliti.

**5. Interpretasi Pembahasan Hasil Analisis Aplikasi McDonald’s**

Untuk memperjelas pembahasan yang telah diteliti, pembahasan dapat dilihat di bawah ini:

- a. Dengan menggunakan rumus koefisien korelasi Pearson Product, uji validitas telah dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini valid, yaitu mampu memberikan hasil ukur yang akurat.
- b. Setelah uji reliabilitas dengan rumus Cronbach's Alpha, setiap pernyataan dalam penelitian dianggap reliabel, yang berarti dapat diandalkan dan dapat dipercaya dalam pengumpulan data.
- c. Dari 26 item pernyataan UEQ, variabel daya tarik, kejelasan, efisiensi, stimulasi, ketepatan, dan kebaruan mendapatkan nilai mean yang positif, menunjukkan bahwa aplikasi McDonald's cukup memuaskan berdasarkan pengalaman pengguna di Jakarta Timur.
- d. Variabel efisiensi memiliki nilai mean tertinggi (1,465), sementara variabel kebaruan memiliki nilai mean terendah (1,338).
- e. Hasil uji hipotesis berdasarkan uji regresi berganda, uji t parsial, uji f simultan, dan uji r (koefisien determinasi) menunjukkan bahwa variabel Pragmatic (X1) dan variabel Hedonic (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Attractiveness (Y) dengan pengaruh sebesar 87,4%.
- f. Berdasarkan perbandingan dengan benchmark, variabel stimulasi mendapatkan nilai 1,45 dan variabel kebaruan mendapatkan nilai 1,34, menunjukkan bahwa keduanya dinilai baik. Sedangkan, empat variabel lainnya, yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan ketepatan, mendapatkan nilai di atas rata-rata, menunjukkan keunggulan aplikasi McDonald's dibandingkan dengan produk lain.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data UEQ dari 114 responden pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur, kesimpulan berikut dapat diambil: Penelitian ini berhasil mengukur kepuasan pelanggan terhadap aplikasi McDonald's dengan metode User Experience Questionnaire. Setiap pernyataan dalam penelitian ini memberikan hasil ukur yang akurat setelah uji validitas, menunjukkan validitas pernyataan dalam

penelitian. Setiap pernyataan dalam penelitian ini dapat diandalkan setelah uji reliabilitas, menunjukkan kepercayaan dalam pengumpulan data. Pragmatic Quality (X1) dan Hedonic Quality (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Attractiveness (Y) pada aplikasi McDonald's. Ini berarti faktor praktis dan faktor hedonis berperan penting dalam menentukan ketertarikan pengguna terhadap aplikasi ini. Faktor praktis (Pragmatic Quality) mencakup kemudahan penggunaan, kehandalan, dan fungsionalitas aplikasi, sementara faktor hedonis (Hedonic Quality) melibatkan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan kepuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pragmatic Quality dan Hedonic Quality bersama-sama menjelaskan 87,4% dari ketertarikan pengguna terhadap aplikasi McDonald's. Variabel seperti daya tarik, kejelasan, efisiensi, stimulasi, ketepatan, dan kebaruan mendapatkan nilai rata-rata positif dalam analisis statistik deskriptif, menunjukkan kepuasan pengguna. Dalam perbandingan dengan benchmark atau aplikasi produk lain, aplikasi McDonald's menunjukkan hasil yang baik dalam variabel stimulasi, kebaruan, daya tarik, kejelasan, efisiensi, dan ketepatan. Kesimpulan ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta Timur merasa puas dengan pengalaman mereka. Namun, terdapat potensi untuk meningkatkan beberapa aspek guna lebih memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna secara optimal.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM) jika objek aplikasi yang diteliti serupa atau sama.

## REFERENSI

- Amalia, F., Sulisty, R. T., & Brata, A. H. (2020). Analisis Tingkat Penerimaan E-Learning Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Pada Siswa SMK. *Smatika Jurnal*, 10(02), 41–47. <https://doi.org/10.32664/smatika.v10i02.450>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Fauzia, K. (2020). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Piutang Usaha Berbasis Web Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 80. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i2.746>
- Fauziah, F., & Karhab, R. S. (2019). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Pada Mahasiswa. *Jurnal Pesut : Pengabdian Untuk Kesejahteraan Umat*, 1(2), 129–136. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjgrr2GifzvAhV573MBHzn0DgE4FBawMAJ6BAgTEAM&url=http://journals.umkt.ac.id/index.php/pesut/article/download/266/357/&usq=AOvVaw3ZBCSxAHMHvGZ6C50TU9Za>
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>
- Jakarta.bps.go.id. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020-2022*. Jakarta.Bps.Go.Id.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Labmutu.com. (2020). *Kupas Tuntas Apa Itu Uji F, Rumus dan Tabel Ujinya*. Www.Labmutu.Com.
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Salsabila, A. R., Suryanto, T. L. M., & Safitri, E. M. (2022). Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi SIMARIS UPN “Veteran” Jawa Timur Menggunakan Metode UEQ. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(6), 1714. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i6.5068>
- Schrepp, M. (2023). *User Experience Questionnaire Handbook*. 1–16.
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.
- Susanty, W., Astari, I. N., & Thamrin, T. (2019). Aplikasi Gis Menggunakan Metode Location Based Service (Lbs) Berbasis Android. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika*, 10(1). <https://doi.org/10.36448/jsit.v10i1.1218>