



Analisis Pengaruh *User Experience* Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan UX Honeycomb

Audila Trima Budiarti¹, Farid Wahyudi², Novia Ratnasari³,

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Raden Rahmat, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima : **22-Agustus-2022**

Direvisi : **15-Desember-2022**

Disetujui : **15-Desember-2022**

Kata Kunci:

User Experience,

Kepuasan Pengguna,

Aplikasi Gojek

UX Honeycomb

Keywords:

User Experience,

User Satisfactin,

Gojek Application,

UX Honeycomb,

ABSTRAK

PT. Gojek Indonesia merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang jasa layanan transportasi. Pengalaman pengguna yang menyenangkan merupakan fokus utama Gojek yang di dasari oleh inovasi teknologi. Namun, pada realitanya masih terdapat kendala pada layanan yang tersedia di aplikasi Gojek Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Gojek menggunakan UX Honeycomb di wilayah Kabupaten Malang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek pada penelitian ini adalah aplikasi Gojek, dan subjek dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gojek di Kabupaten Malang. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuisioner. Penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa data hasil kuisioner yang diuji sudah bersifat valid dan reliabilitas. Pada variabel pengalaman pengguna indikator yang dominan adalah mudah diakses, sedangkan untuk variabel kepuasan pengguna indikator yang dominan adalah ekspektasi.

ABSTRACT

PT. Gojek Indonesia is one of the companies in Indonesia that is engaged in transportation services. A pleasant user experience is Gojek's main focus, which is based on technological innovation. But in reality there are still problems with the services available in the Gojek application. The purpose of this study was to determine the effect of user experience on user satisfaction on the Gojek application using UX Honeycomb in the Malang Regency area. This research method uses a quantitative approach. The object of this research is the Gojek application, and the subject of this research is the Gojek application users in Malang Regency. The data sources used are primary and secondary data sources. The data collection technique used is a questionnaire. This study uses the SPSS version 25 application. The results of this study indicate that the data from the questionnaires tested is valid and reliable. In the variable user experience, the dominant indicator is accessible, while for the user satisfaction variable the dominant indicator is expectation.

Penulis Korespondensi:

Audila Trima Budiarti,

Program Studi Sistem Informasi,

Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Email: tbaudila@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini sudah cukup pesat. Seiring dengan berkembangnya teknologi inilah yang akan memudahkan masyarakat di Indonesia dalam dunia bisnis. Internet adalah salah satu teknologi komunikasi yang mendukung kebutuhan tersebut [2]. Internet juga memberikan kemudahan dalam bertukar informasi serta komunikasi tanpa memandang seberapa jauh jarak, ruang, dan waktu. Internet merupakan sebuah media yang membantu seluruh masyarakat di dunia tersambung sehingga memiliki banyak manfaat, relasi sekaligus dampak dalam penggunaannya [4]. Tidak hanya terdapat kumpulan ilmu pengetahuan, internet juga dimanfaatkan oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia sebagai media bisnis secara online. Bisnis transportasi online menjadi salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia.

Transportasi merupakan salah satu fasilitas pendukung aktivitas manusia untuk melakukan kegiatan dalam sehari-hari [7]. Tanpa adanya transportasi maka aktivitas atau kegiatan masyarakat akan menjadi lebih banyak memakan waktu untuk memulai aktivitas. Bisnis dibidang transportasi sudah banyak menciptakan inovasi yang akan membuat masyarakat menjadi merasa lebih nyaman dengan adanya perkembangan dari inovasi yang dikembangkan, salah satunya yaitu menciptakan jasa layanan transportasi yang lebih praktis [1]. Salah satu jasa transportasi yang menerapkan inovasi tersebut adalah jasa ojek. Di Indonesia memiliki beberapa jasa layanan ojek online seperti Gojek, Grab, Maxim, In-Driver, dll. Seluruh ojek online tersebut memberikan pelayanan yang hampir sama dalam penggunaannya yaitu melalui aplikasi telepon genggam atau *smartphone* yang dapat di unduh di Google Play Store dan Apps Store.

PT. Gojek Indonesia didirikan di Jakarta oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010. Perusahaan Gojek bergerak dibidang bisnis layanan transportasi yang menggunakan model *hybrid Online to Offline* (O2O) sebagai penghubung bagi *driver* (penggendaranya) dengan pengguna aplikasi Gojek [1]. Kepuasan pengguna menjadi prioritas utama pada dunia bisnis. Kepuasan pengguna digunakan sebagai tolak ukur pentingnya keberhasilan sebuah system. Untuk memenuhi kepuasan pengguna, maka dibutuhkan suatu yang lebih dari sebuah fungsionalitas pada sebuah teknologi yaitu keterlibatan pengalaman pengguna yang lebih menekankan pada perasaan senang serta menikmati saat menggunakan teknologi tersebut [10]. Pengalaman pengguna yang menyenangkan merupakan fokus utama Gojek yang di sasar oleh inovasi teknologi. Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa masalah yang terdapat pada layanan yang disediakan oleh perusahaan di aplikasi Gojek. Hal tersebut dapat diketahui dari beberapa ulasan yang diberikan oleh pengguna Gojek di Google Play Store maupun Apps Store.

Berdasarkan keluhan yang diungkapkan oleh para pengguna aplikasi di kolom penilaian aplikasi Gojek, pengguna cenderung membahas pada permasalahan kualitas sistem, dan kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan. Dari keluhan tersebut maka akan berpengaruh pada tingginya tingkat kepuasan pengguna. Karena kualitas layanan merupakan salah satu pengaruh positif yang penting bagi kepuasan pengguna aplikasi Gojek [3]. Suatu sistem informasi dapat dikatakan berhasil jika mampu memberikan kualitas sistem yang dapat memberikan kepuasan pada penggunanya. Kualitas informasi juga harus mampu berjalan bersamaan dengan kualitas sistem dalam menghasilkan kepuasan pengguna yang maksimal [8]. Oleh karena itu maka implementasi dari layanan Gojek dapat memberikan manfaat yang lebih baik untuk pengguna, maka pihak developer perlu meningkatkan kualitas pada aplikasi Gojek.

2. METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena dalam penelitian ini akan disajikan dengan menggunakan statistik dalam bentuk angka. Objek pada penelitian ini adalah aplikasi Gojek, sedangkan subjek pada penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi Gojek di Kabupaten Malang.

2.1 Aplikasi Gojek

Gojek merupakan salah satu *start up e-commerce* di Indonesia. Jenis *e-commerce* yang ditawarkan oleh Gojek disediakan dalam bentuk layanan yang terdapat di aplikasinya. Dengan adanya fitur pada aplikasi Gojek, perusahaan berharap dapat membantu memenuhi kebutuhan dan memudahkan masyarakat dalam aktivitas sehari-hari.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Gojek

Gambar 2.1 diatas merupakan bentuk logo terbaru dari PT Gojek Indonesia yang diperbarui pada 22 Juli 2019. Logo terbaru Gojek tersebut memiliki makna satu tombol untuk semua, lingkaran pada logo tersebut memiliki arti kekuatan pada ekosistem Gojek, dan sebagai penghargaan untuk pengguna Gojek dan mitra Gojek. Logo terbaru Gojek memiliki kesamaan pada ikon driver yang terdapat di fitur layanan Go-Ride [10].

2.2 UX Honeycomb



Gambar 2. 2 Model UX Honeycomb

UX Honeycomb telah dikembangkan oleh Peter Morville pada tahun 2004. UX Honeycomb adalah alat yang dapat menjelaskan berbagai aspek desain pada pengalaman pengguna (*user experience*). UX Honeycomb bertujuan untuk menemukan atau mencari titik permasalahan pada bidang *user experience* (pengalaman pengguna) [5]. Dalam model UX Honeycomb ini, Peter Morville mengemukakan 7 aspek dalam *user experience*, ketujuh aspek tersebut digambarkan seperti saranglebah (*Honeycomb*) seperti pada Gambar 2.2 yaitu *useful* (berguna), *usable* (digunakan), *desirable* (di inginkan), *findable* (dapat ditemukan), *accessible* (mudah diakses), *credible* (masuk akal), *valuable* (berharga).

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel independen (X) pada penelitian ini yaitu *user experience*, pada variabel ini indikator yang digunakan menggunakan model UX Honeycomb yang dikembangkan oleh Peter Morville (2004) dengan memakai 7 indikator yaitu *usefull*, *usable*, *desirable*, *findable*, *accessible*, *credible*, *valuable*, sedangkan pada variabel dependen (Y) menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Koler & Keller (2007) yaitu *expectations*, *perceived delivery product or service*, *complaining behavior*. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer ialah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuisioner atau angket. Sedangkan data sekunder ialah data yang diperoleh dari dokumen, catatan kuliah, jurnal, situs internet, dll,. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif yang menggunakan analisis statistik deskriptif, dengan tahapan-tahapan dibawah ini:

2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yaitu metode menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan cara mendeskripsikan data tersebut kedalam bentuk statistik [9]. Tujuan dari analisis statistik deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data hasil pengumpulan kuisioner.

2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana yaitu model persamaan yang menjelaskan hubungan antara satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y) dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *user experience* terhadap kepuasan pengguna. Persamaan dari analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$: variabel terikat (nilai yang diprediksikan)

X : Variabel bebas

a : Konstanta (nilai Y apabila nilai X=0)

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

2.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu syarat statistik yang perlu dilakukan dalam analisis regresi linier sederhana. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan jawaban yang tepat bahwa dalam persamaan regresi yang diperoleh memiliki akurasi dalam estimasi, tidak bias dan konsisten [5]. Pengujian asumsi klasik dapat dilakukan menggunakan beberapa langkah asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

2.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui hasil dari hipotesis yang telah dirancang melalui analisa data yang telah dikumpulkan, uji hipotesis dilakukan setelah data kuisioner telah dinyatakan valid dan reliabel. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji T. Uji T bertujuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian mengenai pengaruh secara signifikan dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat [1].

3. HASIL DAN ANALISIS

Pada penelitian ini, peneliti mengolah hasil data dari hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan secara online menggunakan google form. Dari data yang telah diperoleh tersebut maka akan dianalisis dan akan digunakan sebagai pengambilan keputusan. Tujuan dari analisis data adalah untuk mempresentasikan dan menarik kesimpulan dari hasil sejumlah data yang telah dikumpulkan. Kemudian data diperoleh tersebut akan diolah dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

3.1. 3.1 Uji Analisis Statistik Deskriptif

Uji analisis deskriptif bertujuan untuk bagaimana cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami [9]. Hasil dari uji analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standart Deviasi
User Experience (Pengalaman Pengguna)	50	46	70	57,68	6,400
Kepuasan Pengguna	50	18	30	24,30	3,352

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Dari 50 data sampel dari variabel kepuasan pengguna (Y), dapat disimpulkan bahwa nilai minimum yang diperoleh ialah sebesar 18, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 30, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 24,30 dan standar deviasi adalah 3,352.
2. Pada variabel *user experience* (pengalaman pengguna) dari 50 data sampel, maka dapat ditemukan bahwa nilai minimum yang didapatkan sebesar 46, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 70, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 57,68 dan standar deviasi sebesar 6,400.

3.2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t Hitung	Sig.
Constant (a)	-2,395	-1,166	0,249
X	0,463	13,078	0,000

Variabel Terikat: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel 3.2 diatas, maka didapatkan persamaan model regresi dan hasil regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -2,395 + 0,463X$$

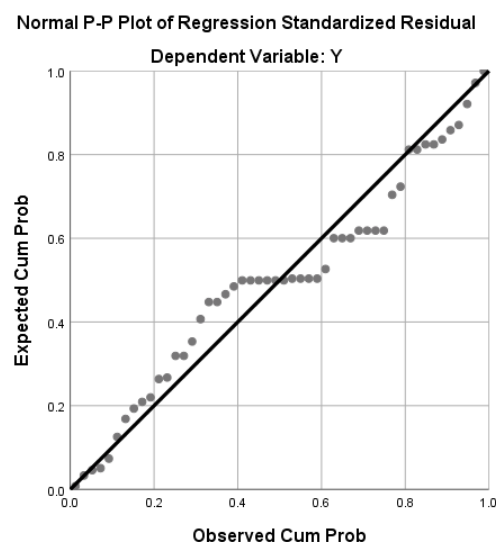
Hasil persamaan analisis regresi linier sederhana diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) bernilai negative, yaitu sebesar -2,395 artinya apabila *user experience* sama dengan nol (0) maka kepuasan pengguna akan bernilai negative atau mengalami penurunan. Nilai koefisiensi regresi pada variabel *user experience* (X) yaitu sebesar 0,463 artinya *user experience* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.
2. *User experience* (X) bernilai positif terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0,463. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *user experience* (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna. Semakin baik *user experience* maka akan menyebabkan kepuasan pengguna mengalami peningkatan dengan asumsi *user experience* besarnya adalah tetap.

3.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui nilai residual yang dihasilkan dari regresi yang telah terdistribusi teruji secara normal atau tidak. Cara melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan analisis grafik *normal probability plot*. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. 1 Uji Normalitas Data

Berdasarkan gambar 3.1 diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan arah penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data telah berdistribusi dengan normal sehingga model regresi layak digunakan,

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji model regresi yang telah ditemukan dengan menggunakan kolerasi antar variabel bebas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3 Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
User Experience (Pengalaman Pengguna)	1.000	1.000	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan hasil pada table 3.3 diatas, maka dapat diketahui bahwa pada variabel *user experience* (pengalaman pengguna) memiliki nilai VIF kurang dari 100 dan nilai toleransi lebih dari 0,100 maka dapat dinyatakan hasil asumsi multikolinearitas sudah terpenuhi atau tidak ada gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari hasil asumsi klasik heteroskedastisitas, yakni adanya perbedaan pada variabel dengan nilai residual untuk seluruh pengamatan dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 4 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandarized Residual	Keterangan
<i>User Experience</i> (pengalaman pengguna)	0,371	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pada table 3.4 maka dapat diketahui bahwa variabel *user experience* (pengalaman pengguna) memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,371 maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.4 Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian mengenai pengaruh secara signifikan dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji T yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 5 Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,395	2,054		-1,166	0,249
X	0,463	0,035	0,884	13,078	0,000

Berdasarkan tabel 3.5 diatas, maka dapat dilihat bahwa variabel X dan Y dalam penelitian ini memiliki hasil nilai T hitung 13,078 > t tabel 1,675 dan nilai sigifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *user experience* (pengalaman pengguna) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 dalam penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh pada *user experience* terhadap kepuasan pengguna adalah diterima.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa variabel *user experience* (X) memiliki peranan terhadap variabel kepuasan pengguna (Y). Pada variabel *user experience* (X) indikator yang memiliki nilai tertinggi pada penelitian ini yaitu indikator *accessible* (mudah diakses) pada indikator ini berkaitan bahwa pengguna merasa aplikasi Gojek mudah diakses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun, sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai terendah dalam penelitian ini yaitu indikator *valuable* (berharga) pada indikator ini berkaitan dengan aplikasi Gojek yang masih kurang dalam hal mendapatkan notifikasi terkait *upgrade software* pada aplikasinya, dan juga masih kurang dalam hal memberikan berita terbaru terkait aplikasi Gojek. Pada variabel kepuasan pengguna (Y) indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator *expectation* (eksepetasi) pada indikator ini berkaitan dengan ekspektasi pengguna bahwa aplikasi Gojek dapat memberikan jasa pelayanan yang baik, sedangkan indikator yang memiliki nilai terendah yaitu *complaining behavior* (menyikapi keluhan) hal ini berkaitan dengan pengguna Gojek merasa masih kurang puas dengan pelayanan *customer service* untuk menanggapi keluhan yang di rasakan oleh pengguna aplikasi Gojek. Pada Hipotesis 1 (H1) pada penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh *user experience* terhadap kepuasan pengguna adalah diterima, karena dapat dibuktikan pada uji T yang dilakukan pada variabel *user experience* (pengalaman pengguna) mendapatkan nilai t Hitung > t Tabel dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa *user experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

4.2 SARAN

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah dapat menambah variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian, memperluas penyebaran kuisioner. Untuk perusahaan Gojek semoga lebih diperhatikan lagi dalam memberikat layanan pada aplikasinya agar pengguna merasa puas dalam penggunaan aplikasi Gojek,

REFERENSI

- [1] Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- [2] Farouqi, M. I., Aknuranda, I., & Herlambang, A. D. (2018). Evaluasi Usability pada Aplikasi Go-Jek Dengan Menggunakan Metode Pengujian Usability (Vol. 2, Issue 9).
- [3] Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 750–760.

- [4] Hasibuan, A., & Krianto Sulaiman, O. (2019). Smart City, Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten/Kota, Di Kota-Kota Besar Provinsi Sumatera Utara. In Cetak) Buletin Utama Teknik (Vol. 14, Issue 2). Online.
- [5] Kusuma, W., Rokhmawati, R. I., & Ananta, M. T. (2019). Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Learning dengan menggunakan UX 69 Honeycomb. 3(6), 5756–5764
- [6] Meuthia, R. F., & Gustati, F. (2021). Analisis User Experience Pada Aplikasi E-Kelurahan Menggunakan Model UX Honeycomb. 14(2), 342–35
- [7] Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. Jurnal Sekretari Universitas Pamulang, 6(2), 248.
- [8] Septianita, Wi., Agus Winarno, W., & Arif, A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT . KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 9 JEMBER). 1(1), 53–56.
- [9] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- [10] <https://www.gojek.com/> diakses pada 13 Maret 2022