

PENGARUH USER INTERFACE TOKO ONLINE TERHADAP KENYAMANAN PENGGUNA STUDI KASUS PADA E – COMMERCE WONOSOBO MALL

Basiroh ¹⁾, Dian Asmarajati ²⁾, Wilanti Fatmafury³⁾

¹⁾ Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali

^{2,3)} Universitas Sains Al-Qur'an

Email : basyiroh1@gmail.com¹⁾, dianaj@fastikom-unsiq.ac.id ²⁾, willafury2@gmail.com³⁾

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat para pelaku bisnis mulai melakukan proses jual-beli secara online, hal ini membuat banyak e-commerce mulai bermunculan di Indonesia yang membuat persaingan bisnis pun berpindah menjadi online, salah satunya adalah e-commerce Wonosobo Mall. Wonosobo Mall adalah e – commerce yang digunakan penulis untuk melakukan studi analisis tentang user interface terhadap kenyamanan pengguna menggunakan metode regresi linier sederhana dan usability testing. Dari 79 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, 47 responden berjenis kelamin laki – laki sedangkan 32 responden berjenis kelamin perempuan. Dari pengujian yang dilakukan dapat disebut e – commerce Wonosobo Mall adalah baik. Penelitian bertujuan untuk memperoleh hasil yaitu prosentase usability testing untuk mengukur penggunaan e – commerce Wonosobo Mall. Pada penelitian ini menggunakan pengujian secara objektif dengan pengujian secara langsung kepada responden pengguna e - commerce Wonosobo Mall dengan menggunakan kuesioner yang memiliki 5 skala yaitu: learnability, efficiency, memorability, errors dan satisfaction.

Kata Kunci : Analisis, Usability Testing, E – commerce, Kuesioner, Wonosobo Mall.

ABSTRACT (Times New Roman 11, Italic, spasi 1)

Rapid technological developments have made business people start the process of buying and selling online, this has made many e-commerce sites appear in Indonesia, which has made business competition move to online, one of which is Wonosobo Mall e-commerce. Wonosobo Mall is e-commerce used by the author to conduct an analysis study of the user interface to the convenience of users using simple linear regression methods and usability testing. Of the 79 respondents who participated in this study, 47 respondents were male while 32 respondents were female. From the tests conducted it can be called e-commerce. Wonosobo Mall is good. The research aims to obtain results, namely the percentage of usability testing to measure the use of e-commerce Wonosobo Mall. In this study using an objective test by directly testing the respondents of Wonosobo Mall e-commerce users using a questionnaire that has 5 scales, namely: learnability, efficiency, memorability, errors and satisfaction.

Keywords: Analysis, Usability Testing, E-commerce, Questionnaire, Wonosobo Mall.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini internet merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi bisnis dan lainnya. Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah Electronic Commerce (e-commerce). E-commerce dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan konsumen melalui penggunaan internet untuk penjualan produk dan pelayanan untuk konsumen, dengan memanfaatkan e-commerce banyak keuntungan yang akan diperoleh penggunaanya.

Wonosobo Mall merupakan e-commerce produk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) kabupaten Wonosobo yang menyediakan sarana jual beli. Semua UMKM di kabupaten Wonosobo dapat menjual hasilnya di toko online Wonosobo Mall dan melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia untuk transaksi baik satuan maupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk-produk yang tersedia di e-commerce Wonosobo Mall, seperti aksesoris, batik, fashion, furniture, souvenir, kerajinan tangan, makanan, minuman, sepatu, tas, perkebunan, dan lain-lain.

Fenomena semakin meningkatnya penggunaan internet dan tingginya perkembangan e-commerce di Indonesia membuat bisnis online terus diminati, sehingga peneliti ingin mengetahui tentang seberapa nyaman pengaruh user interface terhadap pengguna aplikasi e-commerce Wonosobo Mall.

Layanan publik seperti e-commerce saat ini sudah menjadi bagian penting dalam menunjang kebutuhan masyarakat Indonesia. Alasan e-commerce perlu diukur untuk mengetahui kualitas e-commerce dari segi pengguna. Pengukuran ini bisa menggunakan metode usability testing atau uji ketergunaan. Menurut Jacob Nielsen (2003), pengujian kebergunaan (usability testing) berdasarkan lima komponen yaitu learnability, efficiency, memorability, errors dan satisfaction.

Kenyamanan telah diidentifikasi sebagai penentu penting mengapa konsumen memutuskan untuk membeli. Holbrook dan Hirschman (1982) mengidentifikasi fantasi, perasaan dan kesenangan sebagai motivasi untuk berbelanja. Koufaris (2002) menemukan bahwa shopping enjoyment sangat memperkirakan niat untuk kembali ke situs web dan mengukur dimensi dalam hal pengalaman yang menyenangkan, menarik, dan nyaman. Menurut Pikkariainen, et al., (2004) yang didasarkan dalam Davis, et al., (1992) menyebutkan bahwa kenyamanan berarti sejauh mana individu melakukan aktivitas menggunakan suatu teknologi yang dianggap menyenangkan dirinya sendiri. Hal ini dapat dikatakan bahwa kenyamanan dapat meningkatkan kesenangan pada proses belanja online.

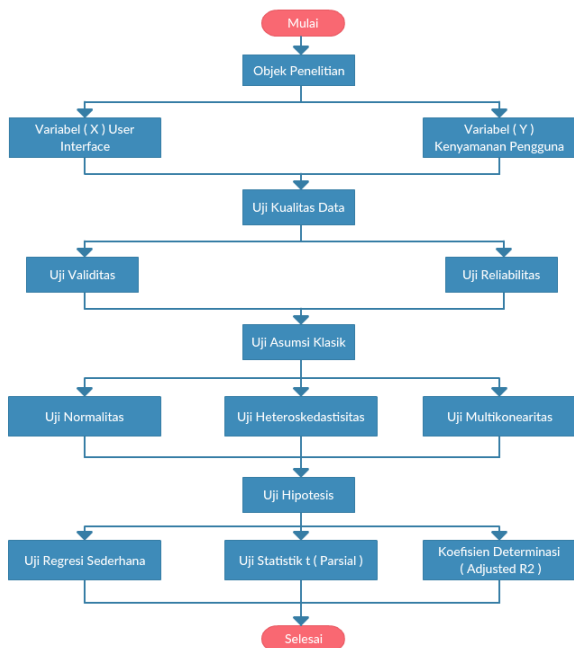
Oleh karena itu, sangat diperlukan user interface yang menarik bagi e-commerce Wonosobo Mall untuk menarik pelanggan atau calon pembeli. User interface adalah cara program dan user berkomunikasi. Istilah user interface atau interface kadang-kadang digunakan sebagai pengganti istilah HCI (Human Computer Interaction). HCI (Human Computer Interaction) adalah semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer, tidak hanya hardware. Semuanya yang terlihat di layar, membaca dalam dokumentasi dan di manipulasi dengan keyboard (atau mouse) merupakan bagian dari user interface. (Novianti, 2017)

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kausal. Penelitian kausal merupakan desain penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi variabel-variabel yang diteliti.

Objek penelitian secara umum merupakan permasalahan yang dijadikan topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Oleh karena itu, dapat ditentukan objek penelitiannya adalah e-commerce Wonosobo Mall untuk studi analisis dengan metode regresi linier sederhana dan usability testing supaya tahu seberapa

nyaman pengguna menggunakan *e – commerce* Wonosobo Mall.



Gambar 1. Alur Penelitian Regresi Linier Sederhana

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sampel Penelitian

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 361 responden, persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{361}{4,61}$$

$$n = 78,308 \text{ atau } 79 \text{ responden}$$

3.2. Statistik Diskriptif

Gambaran Umum Responden yaitu Dari 79 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, 47 responden berjenis kelamin laki-laki sedangkan 32 responden berjenis kelamin perempuan. Persentase partisipasi laki-laki dalam penelitian ini sebanyak 59,5% dan perempuan sebanyak 40,5%. Artinya responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki.

3.3. Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

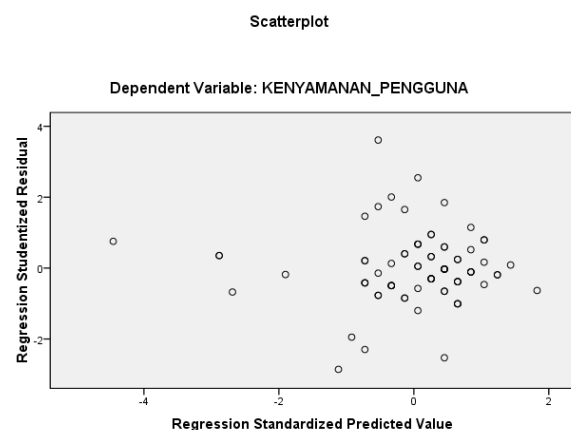
Variabel	Kisaran Korelasi	Sig .	Keterangan
User Interface	0,672 – 0,845	0,000	Valid
Kenyamanan Pengguna	0,687 – 0,921	0,000	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha based on standardized	Nilai Batas	Keterangan
User Interface	0.912	0.7	Reliabel
Kenyamanan Pengguna	0.864	0.7	Reliabel

3.4. Pengujian Asumsi Klasik



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplots terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (kenyaman pengguna). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heterokedastisitas.

3.5. Pengujian Regresi Linier Sederhana

1. Nilai konstanta $\alpha = (-1,550)$ menunjukkan jika variabel independen (*user interface*) dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka variabel dependen (kenyamanan pengguna) akan mengalami penurunan sebesar $(-1,550)$.

2. Nilai koefisien regresi variabel *user interface* (X) terhadap variabel kenyamanan pengguna sebesar 0,564 artinya jika *user interface* (X) mengalami kenaikan satu satuan, maka kenyamanan pengguna (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,564 koefisien bernilai positif artinya antara *user interface* (X) dan kenyamanan pengguna (Y) memiliki hubungan positif. Kenaikan *user interface* (X) akan mengakibatkan kenaikan pada kenyamanan pada pengguna (Y).

3.6. Uji t

Variabel *user interface* mempunyai hitung = 15,732 dengan tabel = 1,9913. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa *user interface* memiliki kontribusi terhadap variabel kenyamanan pengguna (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *user interface* mempunyai hubungan yang searah dengan variabel kenyamanan pengguna (Y).

3.7. Uji F

Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 247,489, nilai tersebut lebih besar dari F_{tabel} 3,97. Maka dalam penelitian ini disimpulkan bahwa persamaan regresi dinyatakan baik (good of fit).

3.8. Koefisien Determinasi (R square)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi bahwa koefisien determinasi yang menunjukkan Adjusted R square sebesar 0,760 atau 76% yaitu presentase pengaruh *user interface* (X) terhadap kenyamanan pengguna (Y) pada e-commerce Wonosobo Mall adalah sebesar 76%. Sedangkan sisanya sebesar 24% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

3.9. Usability Testing

Tabel 3. Usability Testing

No	Ditemukan (%)	Tidak Ditemukan (%)
Learnability		
1	94,5	5,04
2	86,94	12,6
3	88,2	11,34

Efficiency		
4	83,16	16,38
5	89,46	10,08
6	91,98	7,56
Memorability		
7	71,82	27,72
8	85,68	13,86
9	99,54	0
10	80,64	18,9
Error		
11	99,54	0
12	99,54	0
13	99,54	0
14	99,54	0
Satisfaction		
15	90,72	8,82
16	81,9	17,64
17	99,54	0
Total	90,552	8,988

Dari perhitungan persentase jawaban responden pada *usability testing* untuk mengukur penggunaan e-commerce Wonosobo Mall dapat disimpulkan bahwa 90,552 % pertanyaan mampu di jawab oleh responden (jawaban dapat ditemukan). 8,988 % pertanyaan tidak dapat terjawab oleh responden (jawaban tidak ditemukan).

3.10. User interface berpengaruh terhadap kenyamanan pengguna

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh *user interface* terhadap kenyamanan pengguna E-commerce Wonosobo Mall menunjukkan hasil H_a diterima dan H_o ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa *user interface* berpengaruh terhadap kenyamanan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tampilan grafis dalam menghubungkan antara pengguna dengan sistem operasi maka semakin meningkat pula kenyamanan pengguna pada E-commerce Wonosobo Mall.

H1 : H0 ditolak dan Ha diterima, yaitu terbukti bahwa terdapat pengaruh antara user interface terhadap kenyamanan pengguna e – commerce Wonosobo Mall. Hal tersebut dapat dilihat pada uji t dimana $t_{hitung} = 15,732$ dan $t_{tabel} = 1,9913$ yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga terbukti bahwa variabel user interface memiliki pengaruh terhadap variabel kenyamanan pengguna e - commerce Wonosobo Mall.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

- Dari 79 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, 47 responden berjenis kelamin laki – laki sedangkan 32 responden berjenis kelamin perempuan. Presentase laki – laki dalam penelitian ini sebanyak 59,5 % dan perempuan sebanyak 40,5 %. Artinya responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki – laki.
- Dalam penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yaitu prosentase *usability testing* untuk mengukur penggunaan *e - commerce* Wonosobo Mall jawaban total keseluruhan responden sebesar 90,72 % pertanyaan mampu di jawab, persentase 8,82 % pertanyaan tidak dapat terjawab oleh responden, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *e - commerce* Wonosobo Mall adalah baik.
- Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti bahwa variabel *user interface* berpengaruh positif terhadap kenyamanan pengguna. Hal ini berarti *user interface* sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna, sehingga *user interface* perlu diperhatikan untuk menjaga atau meningkatkan kenyamanan pengguna, jika *user interface* baik maka pengujung akan meningkat.

4.2. Saran

E – commerce Wonosobo Mall harus menjaga dan meningkatkan user interface agar kenyamanan pengguna dapat meningkat.

E – commerce Wonosobo Mall harus menjaga dan meningkatkan kenyamanan pengguna dengan meningkatkan kualitas user interface.

Agenda penelitian mendatang dimaksudkan untuk menindak lanjuti keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Nielson, Jacob. (2003). *Usability 101: Introduction to usability*.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). *The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun*, Journal of Consumer Research, 9(2), 132-141.
- Koufaris M. (2002). *Applying the Technology Acceptance Model of Flow Theory to Online Consumer Behaviour*, Information Systems Research, 13(2), 205-223.
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen. (2004). *Consumer Acceptance Of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model*. Internet Research. 14 (3) pp.224-235.
- Novianti, D. (2017). *Sistem Informasi Keuangan Menggunakan Human Computer Interaction*. INTI TALAF A J. Tek. Inform, 9(2), 25-45.