

**ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE APLIKASI SHOPEE
DAN TOKOPEDIA MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE
QUESTIONNAIRE (UEQ)**

SKRIPSI
Program Studi Sistem Informasi Bilingual
Jenjang Sarjana



Oleh

Ahmad Fariska Ardin
NIM 09031381823073

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI



ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE* APLIKASI SHOPEE
DAN TOKOPEDIA MENGGUNAKAN *USER EXPERIENCE*
QUESTIONNAIRE (UEQ)

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian
studi di Program Studi Sistem Informasi Bilingual S1

Oleh

Ahmad Fariska Ardin 09031381823073

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

Palembang, 5 Desember 2022
Pembimbing I,



Pacu Putra S, M.CS., CHFI.
NIP. 198912182015109101

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ahmad Fariska Ardin

NIM : 09031381823073

Program Studi : Sistem Informasi Bilingual

Judul Skripsi : Analisis Perbandingan *User Experience* Aplikasi Shopee dan Tokopedia Menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Hasil Pengecekan Ithenticate/Turnitin : 8%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan penjiplakan/plagiat Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, 5 Desember 2022



Ahmad Fariska Ardin
NIM 09031381823073

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul:

ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE* APLIKASI SHOPEE DAN TOKOPEDIA MENGGUNAKAN *USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE* (UEQ)

Terima kasih atas pihak-pihak yang telah mendukung, memberikan saran, motivasi, semangat, dan bantuan baik materi maupun spiritual demi tercapainya tujuan pembuatan tugas akhir ini. Secara khusus penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

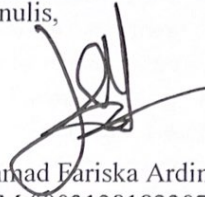
1. Bapak Jaidan Jauhari, S. Pd. M.T. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
2. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T sebagai Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Sriwijaya
3. Bapak Pacu Putra, B.CS., M.Cs. sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang meluangkan waktu, memberikan ilmu, petunjuk, dan motivasi untuk kelancaran tugas akhir ini
4. Orang tua Penulis, Bapak Mulyana dan Ibu Sukini yang telah memberikan dukungan material dan spiritual kepada penulis
5. Ibu Nabila Rizky Oktadini, M.T. sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang sudah bersabar membimbing dan memberikan memotivasi kepada penulis selama perkuliahan
6. Seluruh dosen di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya khususnya Jurusan Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama proses menyelesaikan studi dan tugas akhir.
7. Mbak Rifka dan Kak Angga selaku Admin Program Studi Sistem Informasi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kemudahan dalam segala urusan administrasi
8. Pinkan , Aldo, Agung, Ican , Taufik , Defri , Enji, Abim yang telah membantu, mendengarkan, menemani penulis disaat suka dan duka.
9. Kawan-kawan seperbimbingan dalam mengerjakan tugas akhir penulis Fariz, Reza, Fadil, Rifki, Gilang, Thareq, yang sering bercanda bersama.
10. Para responden yang telah dengan sukarela membantu mengisi data untuk kelancaran tugas akhir saya, dari yang saya kenal sampai yang saya belum kenal

11. Berbagai pihak yang membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini dan belum dapat disebutkan satu per satu dengan dukungan, semangat, dan kebersamaan.

Penyusunan laporan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saya menerima adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga buku tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Palembang, 5 Desember 2022

Penulis,



Ahmad Fariska Ardin
NIM 09031381823073

**ANALISIS PERBANDINGAN *USER EXPERIENCE* APLIKASI SHOPEE
DAN TOKOPEDIA MENGGUNAKAN *USER EXPERIENCE
QUESTIONNAIRE* (UEQ)**

Ahmad Fariska Ardin 09031381823073

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya
Email: Ardinnx@gmail.com

Abstrak

Persaingan antar toko online di bidang e-commerce di Indonesia, Shopee dan Tokopedia adalah platform e-commerce terbesar di Indonesia yang memudahkan konsumen dan penjual untuk melakukan bisnis online. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi user experience dari shopee dan pesaingnya tokopedia, hasil penelitian ini merupakan penilaian pengalaman pengguna pada Shopee dan Tokopedia dengan menilai user experience kemudian membandingkannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni studi literatur penulis mencari informasi berkaitan metode yang dipakai dan permasalahan di penelitian ini sumbernya dari buku, jurnal, artikel, dan penelitian selain itu adanya dua platform yaitu Shopee dan Tokopedia sebagai objek penelitian dalam perbandingan *User Experience (UX) menggunakan User Experience Questionnaire*. Shopee memiliki peringkat UX positif untuk variabel yang disukai pengguna, variabel produk yang mudah digunakan/dipelajari, variabel produk yang membantu bekerja secara efisien, variabel produk yang memungkinkan pengguna mengontrol interaksi, variabel produk yang membuat pengguna senang dan merasa nyaman di dalamnya termotivasi dalam bekerja, dan variabel produk yang diminati pengguna. Tokopedia punya penilaian pengalaman pengguna yang positif untuk variabel disukai pengguna, variabel produk yang mudah digunakan, variabel produk yang membantu bekerja secara efisien, variabel produk yang memungkinkan pengguna mengontrol interaksi, variabel produk yang membuat pengguna senang dan nyaman dalam penuh motivasi di tempat kerja. Peringkat UX netral untuk variabel produk yang diminati pengguna. Ada perbedaan signifikan antara penilaian *user experience* Shopee serta Tokopedia dengan α sebesar 0,05. Secara umum Shopee lebih unggul dibanding Tokopedia dari sisi *user experience*.

Kata Kunci: Ecommerce, persaingan, User experience, konsumen, User Experience Questionnaire

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE USER EXPERIENCE OF SHOPPE
AND TOKOPEDIA APPLICATIONS USING USER EXPERIENCE
QUESTIONNAIRE (UEQ)**

Ahmad Fariska Ardin 09031381823073

*Department of Information Systems, Faculty Of Computer Science,
Sriwijaya University
Email:Ardinnx@gmail.com*

Abstract

The competition among online stores in the e-commerce industry in Indonesia, Shopee and Tokopedia are the largest e-commerce platforms in Indonesia that facilitate consumers and sellers to do online business. This study was conducted to evaluate the user experience of Shopee and its competitor Tokopedia, the results of this study are an assessment of user experience on Shopee and Tokopedia by evaluating user experience and then comparing them. The method used in this study is a literature study, the author looks for information related to the method used and the problems in this study the source is from books, journals, articles, and other research. In addition, there are two platforms, Shopee and Tokopedia, as objects of research in the comparison of User Experience (UX) using User Experience Questionnaire. Shopee has a positive UX rating for user-liked variables, easily used/learned product variables, product variables that help work efficiently, variables that allow users to control interactions, variables that make users happy and comfortable motivated to work, and product variables that are user-interested. Tokopedia also has a positive user experience rating for user-liked variables, easily used product variables, product variables that help work efficiently, variables that allow users to control interactions, variables that make users happy and comfortable in full motivation at work. UX rating is neutral for user-interested product variables. There is a significant difference between the assessment of Shopee's and Tokopedia's user experience with α at 0.05. Overall, Shopee is superior to Tokopedia in terms of user experience.

Keywords: *Ecommerce, Competition, User experience, consumer, User Experience Questionnaire*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABLE	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	5
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II ARTIKEL ILMIAH.....	7
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	19
3.1 Skala Evaluasi	19
3.2 Karakteristik Responden	19

3.3	Analisis Data Kuantitatif.....	25
3.3.1	Uji Reliabilitas	25
3.3.2	Uji Validitas.....	26
3.4	Hasil Analisis <i>User Experience</i> Shopee dan Tokopedia	32
3.5	Perbandingan <i>User Experience</i> Shopee dengan Tokopedia.....	39
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		42
4.1	Kesimpulan.....	42
4.2	Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....		44
LAMPIRAN A : KUESIONER PENELITIAN		47
LAMPIRAN B : BUKTI PENYEBARAN KUESIONER.....		54
KARTU KONSULTASI		55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Top Shopping app</i> Google Play	3
Gambar 1. 2 <i>Top Shopping app</i> AppleStore.....	3
Gambar 3. 19 Grafik Hasil Perbandingan User experience Shopee dan Tokopedia	40

DAFTAR TABLE

Table 3. 1 Evaluasi <i>Mean</i> Menurut Hasil <i>UEQ Data Analys Tool</i>	19
Table 3. 2 Jenis Kelamin Responden Shopee.....	20
Table 3. 3 Jenis Kelamin Responden Tokopedia	20
Table 3. 4 Tempat Tinggal Responden Shopee	21
Table 3. 5 Tempat Tinggal Responden Tokopedia.....	22
Table 3. 6 Umur Responden Shopee	22
Table 3. 7 Umur Responden Tokopedia.....	22
Table 3. 8 Pendidikan Terakhir Responden Shopee.....	23
Table 3. 9 Pendidikan Terakhir Responden Tokopedia.....	23
Table 3. 10 Lama Penggunaan Aplikasi Shopee	24
Table 3. 11 Lama Penggunaan Aplikasi Tokopedia.....	24
Table 3. 12 Intensitas Penggunaan Aplikasi Shopee.....	25
Table 3. 13 Intensitas Penggunaan Aplikasi Tokopedia.....	25
Table 3. 14 Hasil Uji Reliabilitas Shopee.....	25
Table 3. 15 Hasil Uji Reliabilitas Tokopedia	26
Table 3. 16 Output Validitas Shopee.....	26
Table 3. 17 Output Validitas Tokopedia	27
Table 3. 18 Output Validitas Variable <i>Attractiveness</i> Shopee	28
Table 3. 19 Output Validitas Variable <i>Attractiveness</i> Tokopedia	28
Table 3. 20 Output Validitas Variable <i>Perspiciuity</i> Shopee.....	29
Table 3. 21 Output Validitas Variable <i>Perspiciuity</i> Tokopedia.....	29
Table 3. 22 Output Validitas Variable <i>Efficiency</i> Shopee	29
Table 3. 23 Output Validitas Variable <i>Efficiency</i> Tokopedia.....	30

Table 3. 24 Output Validitas Variable <i>Dependability</i> Shopee	30
Table 3. 25 Output Validitas Variable <i>Dependability</i> Tokopedia	30
Table 3. 26 Output Validitas Variable <i>Stimulation</i> Shopee.....	31
Table 3. 27 Output Validitas Variable <i>Stimulation</i> Tokopedia	31
Table 3. 28 Output Validitas Variable <i>Novelty</i> Shopee.....	31
Table 3. 29 Output Validitas Variable <i>Novelty</i> Tokopedia.....	31
Table 3. 30 Rerata Skor Pengalaman pengguna Shopee	32
Table 3. 31 Rerata Skor Pengalaman pengguna Shopee Secara Keseluruhan.	33
Table 3. 32 Rerata Skor Pengalaman pengguna Tokopedia.....	34
Table 3. 33 Rerata Skor Pengalaman pengguna Tokopedia Secara Keseluruhan.....	35
Table 3. 34 Hasil Penilaian Perbandingan User Experience Shopee dan Tokopedia	39

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar A- 1 Tampilan Kuesioner Penelitian 1	47
Gambar A- 2 Tampilan Kuesioner Penelitian 2	48
Gambar A- 3 Tampilan Kuesioner Penelitian 3	49
Gambar A- 4 Tampilan Kuesioner Penelitian 4	49
Gambar A- 5 Tampilan Kuesioner Penelitian 5	50
Gambar A- 6 Tampilan Kuesioner Penelitian 6	50
Gambar A- 7 Tampilan Kuesioner Penelitian 7	51
Gambar A- 8 Tampilan Kuesioner Penelitian 8	51
Gambar A- 9 Tampilan Kuesioner Penelitian 9	52
Gambar A- 10 Tampilan Kuesioner Penelitian 10	52
Gambar A- 11 Tampilan Kuesioner Penelitian 11	53
Gambar B- 1 Bukti Poster Penyebaran online.....	54
KARTU KONSULTASI	55

BAB I

PENDAHULUAN

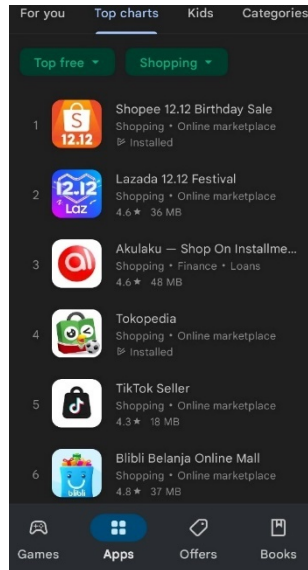
1.1 Latar Belakang

E-commerce merupakan bisnis yang dilakukan selaku digital, sehingga untuk melakukan transaksi pembeli serta penjual tidak harus bertemu satu sama lain. Mereka bisa menunaikan transaksi secara daring melalui internet. Mengacu pada jurnal (Fauziah, 2020) Hanson mengemukakan *e-commerce* merujuk pada segala jenis transaksi jual beli yang dilakukan secara daring melalui internet, termasuk penjualan dan pembelian produk atau jasa pertukaran informasi bisnis, dan transfer dana antara pelaku bisnis atau individu. *E-commerce* menawarkan peluang bisnis untuk menjual produk dan layanan kepada konsumen di seluruh dunia dengan biaya lebih rendah, hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengakses pasar global dengan biaya lebih rendah dari sebelumnya, membuka peluang baru untuk tumbuh dan sukses. (Nasution et al., 2020)

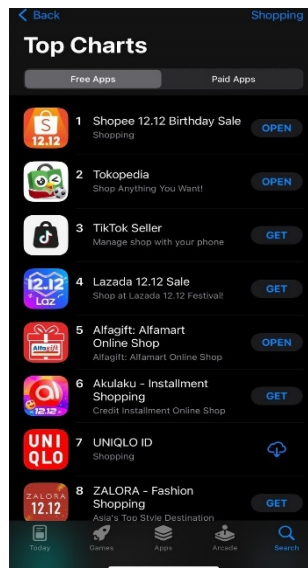
Minat konsumen yang kuat untuk berbelanja online dan kemudahan yang ditawarkan marketplace menjadi faktor kunci pertumbuhan bisnis e-commerce, termasuk marketplace. Saat ini, pasar adalah model bisnis yang populer dan pilihan bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi online. (Maulana et al., 2015). Kekuasaan Indonesia terus menggarap ekonomi digital. Baru kemarin, Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengundang UMKM agar mengikuti workshop pasar digital di simposium 100 ekonom Indonesia. (Aulia Damayanti, 2021). Marketplace memberi kesempatan kepada penjual untuk memasarkan produknya kepada calon pembeli dan menawarkan fitur-fitur seperti shopping cart-nya, pembayaran online, dan pengiriman produk. Pembeli juga mendapat manfaat dari pasar karena mereka

dapat membandingkan harga dan kualitas produk dari vendor yang berbeda. Karena banyaknya orang yang berbelanja digital, perusahaan toko digital harus bersaing untuk mempersiapkan pelayanan yang memudahkan pelanggan dalam memakai aplikasi untuk transaksi jual beli daring. Hal ini meningkatkan persaingan di pasar dan mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Persaingan antar toko online di bidang *e-commerce* di Indonesia, Shopee dan Tokopedia adalah platform *e-commerce* di Indonesia terbesar yang memudahkan konsumen dan penjual untuk melakukan bisnis online. Karena kedua aplikasi ini menyediakan berbagai fitur dan manfaat yang mungkin menarik perhatian pengguna, banyak persaingan di antara keduanya. Misalnya, Shopee menyediakan kemampuan cashback dan flash sale selain program loyalitas untuk konsumen setia. Sementara itu, Tokopedia menyertakan fungsi COD (Cash on Delivery) dan pemindaian barcode, serta program rujukan yang memberi hadiah kepada pelanggan yang mengajak teman untuk bergabung (Arifianto & Endah Pratiwi, 2021).

Tokopedia serta Shopee merupakan dua toko online yang mempunyai jumlah unduhan terbanyak banyak di *Playstore* dan *Applestore*. Pada 10 November tahun 2021 Shopee berada pada nomer 1 *top free shopping apps* pada *GooglePlay* dan Tokopedia berada di nomer 4 (terlihat pada gambar 1.1)(Google Play, 2021). Sedangkan pada *AppleStore* Shopee berada di nomer 1 *top free shopping apps* dan Tokopedia berada pada nomer 2 (terlihat pada gambar 1.2)(Apple, 2021).



Gambar 1. 1 *Top Shopping app* Google Play



Gambar 1. 2 *Top Shopping app* AppleStore

Konsumen mendapat manfaat dari persaingan ini karena kedua aplikasi terus berinovasi dan meningkatkan standar penawaran mereka untuk membuat pengguna tetap tertarik. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui seberapa baik aplikasi e-commerce Anda menjaga kualitas pengalaman pengguna yang diberikannya kepada penggunanya (Auliaddina et al., 2021).

Ada beberapa aspek yang membuat pelanggan merasakan aman dan nyaman dalam berbisnis, semacam pengalaman pengguna yang menentukan bagaimana

perasaan konsumen saat menggunakan aplikasi sistem, seperti merasa senang, suka nyaman, atau merasa tertekan hal inilah yang membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi konsumen..(Lestari et al., 2016). Beragam studi sudah dijalankan awalnya yang menggunakan *user experience questionnaire* sebagai metode bersama evaluasi pengalaman pengguna(Alawiyah & Canta, 2022; Audi et al., 2018; Gitajayanti et al., 2021; Halim et al., 2020; Henim & Sari, 2020; Putro et al., 2020; Sularsa & Prihatmanto, 2015; Wijaya et al., 2021). Berdasarkan kajian terhadap penelitian itu, dengan menggunakan pertanyaan kuesioner dari *User Experience Questionnaire*, evaluasi pengalaman pengguna dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terkait kemudahan navigasi, desain antarmuka, fitur yang tersedia, kecepatan loading, dan keamanan aplikasi.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis memutuskan untuk menggunakan teknik perbandingan dari sisi pengalaman pengguna Dengan mengumpulkan data dari pengguna melalui kuesioner pengalaman pengguna, penulis membandingkan pengalaman pengguna aplikasi Shopee dan Tokopedia dan mengetahui aspek mana yang lebih baik serta aspek mana yang harus ditingkatkan dari segi pengalaman pengguna. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian “Analisis Perbandingan *User experience* Aplikasi Shopee dan Tokopedia Menggunakan *USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi user experience dari shopee dan pesaingnya tokopedia, hasil penelitian ini merupakan penilaian pengalaman pengguna pada Shopee dan Tokopedia, dan apakah terdapat perbedaan signifikan antara kedua *ecommerce* tersebut. Hal ini

tentunya sangat bermanfaat bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas aplikasi dan meningkatkan kepuasan pengguna.

1.2 Ruang Lingkup

Pertanyaan-pertanyaan berikut harus dicakup untuk menentukan topik yang sedang dibahas dan mencegah penggambaran topik yang luas :

1. Aplikasi Shopee dan Tokopedia merupakan objeknya
2. *User experience Questionnaire* (UEQ) adalah metodologi penelitian yang dimanfaatkan studi
3. Pada penelitian ini, 400 pengguna—dibagi menjadi dua sampel 200 pengguna Shopee dan 200 pengguna Tokopedia
4. Hanya penilaian dan perbandingan pengalaman pengguna yang dipertimbangkan dalam evaluasi.

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat penelitian:

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui perbandingan aspek pragmatis dan hedonis pada aplikasi Shopee dan Tokopedia.
- b. Untuk memberikan evaluasi pengalaman pengguna dari aplikasi Shopee dan Tokopedia dengan menilai pengalaman pengguna kemudian membandingkannya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini :

1. Shopee

Pada tugas akhir ini, diharapkan agar dapat mengevaluasi pengalaman pengguna dengan layanan Shopee dan membandingkannya dengan penilaian Tokopedia, pesaing. Sehingga Shopee nantinya dapat

meningkatkan pengalaman pengguna dan menawarkan pelayanan terbaik mereka.

2. Tokopedia

Dalam tugas akhir ini, diharapkan agar dapat mengevaluasi pengalaman pengguna dengan layanan Tokopedia dan membandingkannya dengan penilaian Shopee, pesaing. Sehingga Tokopedia nantinya dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan menawarkan pelayanan terbaik mereka.

3. Dari sisi Akademik

Memahami gambaran umum pengalaman pelanggan layanan *ecommerce* terbesar di Indonesia, Shopee dan Tokopedia berdasarkan aspek pragmatis dan hedonis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, F. F., & Canta, D. S. (2022). Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 344–350.
- Apple. (2021). *Apple Top Shopping App in appstore*. Appstore.Com.
- Arifianto, C. F., & Endah Pratiwi, Y. (2021). Lazada, Shopee atau Tokopedia? Sebuah Preferensi Lokapasar oleh Mahasiswa Pekerja di Area Tangerang Raya. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 168–188.
- Audi, M., Rokhmawati, R. I., & Az-zahra, H. M. (2018). Analisis Aspek Usability dan User Experience Website dan Aplikasi Mobile Radio Streaming (Studi Pada Website dan Aplikasi Mobile Radio Prambors). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(12), 6391–6400.
- Aulia Damayanti. (2021). *Daftar Toko Online Terlaris: Tokopedia vs Shopee Siapa yang Teratas?* Finance.Detik.Com.
- Auliaddina, S., Puteri, A. A., Anshori, I. F., Informatika, T., Adhirajasa, U., & Sanjaya, R. (2021). *Y Perbandingan Analisa Usability Desain User Interface Pada Website Shopee Dan Bukalapak Menggunakan Metode Heuristic*. 12(3), 188–192.
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53.
- Gitajayanti, N. L. D., Satwika, I. P., & Paramitha, A. A. I. I. (2021). Evaluasi Sistem Informasi Skripsi dan Tugas Akhir STMIK Primakara (PRISKA)

- Menggunakan Metode Usability Testing. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 10(1), 59.
- Google Play. (2021). *Top Shopping App Android di Google Play*. Play.Google.Com.
- Halim, F., Handoko, H., & Marpaung, S. H. (2020). Penilaian User Experience Fiori Bussim Menggunakan User Experience Questionnaire (Ueq) Dan Pengaruhnya Terhadap Pemahaman Pembelajaran Matakuliah Sertifikasi Sap. *Sebatik*, 24(1), 102–112.
- Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). User Experience Evaluation of Student Academic Information System of Higher Education Using User Experience Questionnaire. *Jurnal Komputer Terapan*, 6(Vol. 6 No. 1 (2020)), 69–78.
- Lestari, P. N., Santosa, P. I., & Ferdiana, R. (2016). Pengukuran Pengalaman Pengguna Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akademik. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 2016*(Sentika), 2089–9815.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519.
- Putro, S., Kusriani, K., & Kurniawan, M. P. (2020). Penerapan Metode UEQ dan Cooperative Evaluation untuk Mengevaluasi User Experience Laporan Bantul. *Creative Information Technology Journal*, 6(1), 27.
- Sularsa, A., & Prihatmanto, A. S. (2015). Evaluasi User Experiences Produk iDigital Museum dengan Menggunakan UEQ. *Jurnal Teknologi Informasi*,

2(2), 56–62.

Wijaya, I. N. S. W., Santika, P. P., Iswara, I. B. A. I., & Arsana, I. N. A. (2021). Analisis dan Evaluasi Pengalaman Pengguna PaTik Bali dengan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 217.