

# Impelentasi User Experience Questionnaire Untuk Analisa Kuliatas Online Travel Agent Terhadap Pengalaman Pengguna

Hary Juni Kurniawan\*, Eko Setia Budi

Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Depok, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>11230155@nusamandiri.ac.id, <sup>2</sup>eko.etb@nusamandiri.ac.id

Email Penulis Korespondensi: 11230155@nusamandiri.ac.id

**Abstrak**—Perkembangan teknologi yang semakin maju di Indonesia saat ini memungkinkan berbagai aktivitas dilakukan secara digital, termasuk pada sektor pariwisata dan perjalanan. Pengguna seringkali memilih aplikasi Online Travel Agent (OTA) yang mudah digunakan dalam merencanakan perjalanannya, saat ini terdapat banyak aplikasi Online OTA namun yang paling umum digunakan adalah Traveloka, Tiket.com, dan Agoda. Aplikasi-aplikasi ini memiliki karakteristik yang sama, yaitu menyediakan layanan pemesanan tiket, reservasi, dan akomodasi secara online. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan ketiga aplikasi OTA tersebut dengan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) untuk mengukur kualitas aplikasi berdasarkan pengalaman pengguna yang dinilai melalui enam skala. Pengumpulan data dilakukan menggunakan Google Form yang dibagikan kepada pengguna aplikasi Traveloka, Tiket.com, dan Agoda, dan mendapatkan 214 responden, terdiri dari 105 responden pengguna Traveloka, 66 pengguna Tiket.com, dan 43 pengguna Agoda. Hasil analisis pengalaman pengguna dari Kuesioner UEQ menunjukkan kesan positif karena semua aplikasi mendapatkan evaluasi dengan nilai rata-rata di atas 0,8 pada enam skala UEQ. Dari hasil perbandingan ketiga aplikasi, Agoda lebih unggul pada skala efisiensi dibandingkan dengan Traveloka dan Tiket.com walaupun mendapat responden yang lebih sedikit. Penelitian ini memberikan gambaran tentang kualitas pengalaman pengguna pada ketiga aplikasi OTA dan dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas layanannya.

**Kata Kunci:** Online Travel Agent; Traveloka; Tiket.Com; Agoda; Pengalaman Pengguna; User Experience Questionnaire

**Abstract**—The development of advanced technology in Indonesia today allows various activities to be carried out digitally, including in the tourism and travel sector. Users often choose Online Travel Agent (OTA) applications that are easy to use in planning their trips, currently there are many Online OTA applications but the most commonly used are Traveloka, Tiket.com, and Agoda. These applications have the same characteristics, namely providing online ticketing, reservation, and accommodation services. This study aims to compare the three OTA applications using the User Experience Questionnaire (UEQ) method to measure application quality based on user experience assessed through six scales. Data collection was conducted using Google Forms distributed to users of Traveloka, Tiket.com, and Agoda applications, and obtained 214 respondents, consisting of 105 Traveloka user respondents, 66 Tiket.com users, and 43 Agoda users. The results of the user experience analysis from the UEQ Questionnaire show a positive impression because all applications get an evaluation with an average value above 0.8 on the six UEQ scales. From the comparison results of the three applications, Agoda is superior on the efficiency scale compared to Traveloka and Tiket.com despite having fewer respondents. This research provides an overview of the quality of user experience on the three OTA applications and can be a reference for application developers to improve the quality of their services.

**Keywords:** Online Travel Agent; Traveloka; Tiket.Com; Agoda; User Experience; User Experience Questionnaire

## 1. PENDAHULUAN

Di era industri modern ini fenomena perubahan drastis dalam cara manusia berinteraksi dengan teknologi ini menandai pergeseran ke arah digitalisasi yang mendalam dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk belanja, pembelajaran, pembayaran, hingga aktivitas pariwisata dan perjalanan. Semua ini telah memungkinkan dengan hadirnya smartphone dan akses internet yang luas. banyak layanan yang dulunya memerlukan interaksi fisik, seperti berbelanja, belajar, dan memesan makanan atau tiket, kini dapat dilakukan dengan mudah melalui platform online [1].

Di sektor pariwisata muncul lah platform Online Travel Agent yaitu jenis agen travel perjalanan yang seluruh aktivitas transaksinya dilakukan secara online. Agen travel perjalanan ini juga menawarkan informasi yang lengkap dan akurat kepada calon konsumen mengenai berbagai aspek perjalanan, seperti harga tiket, harga hotel, atraksi wisata, pertunjukan, dan layanan lainnya. Informasi yang jelas dan mudah diakses membantu konsumen dalam membuat keputusan yang tepat mengenai perjalanan mereka. Selain itu, agen perjalanan juga berperan penting dalam memberikan konsultasi tentang akomodasi perjalanan dan membantu dalam proses reservasi online yang diperlukan oleh konsumen untuk mempersiapkan tujuan perjalanan mereka. Dengan demikian, agen perjalanan berfungsi sebagai perantara yang membantu mempermudah proses perjalanan bagi konsumen, memberikan mereka akses yang mudah terhadap informasi tentang daerah yang akan mereka kunjungi, serta menyediakan layanan yang mendukung untuk memastikan pengalaman perjalanan yang lancar dan memuaskan [2].

Beragam platform Online Travel Agent (OTA) di Indonesia menyediakan berbagai pilihan kepada konsumen sebelum mereka memutuskan platform yang akan digunakan. Umumnya konsumen akan membandingkan layanan terlebih dahulu dari setiap platform tersebut untuk mendapatkan yang terbaik. Terdapat Platform OTA di Indonesia yaitu Traveloka, Tiket.com dan Agoda adalah Perusahaan biro perjalanan yang khusus bergerak dalam penjualan layanan perjalanan wisata secara online, termasuk reservasi tiket transportasi, tiket wisata, dan pemesanan hotel melalui platform internet. tidak hanya digunakan untuk mendukung pengembangan dan kemajuan pariwisata, tetapi juga sebagai alat untuk mendapatkan informasi tentang reservasi transportasi dengan cepat, akurat, efisien, dan efektif [3].

Meskipun jumlah fitur dan layanan yang tersedia dapat menjadi faktor penting, kepuasan pengguna (UX) tidak hanya dapat diukur dari hal tersebut. User Experience mencakup aspek-aspek yang lebih luas, termasuk kesan

keseluruhan, kemudahan. Namun masih terdapat beberapa kendala yang menimbulkan permasalahan bagi pengguna baru maupun lama aplikasi biro perjalanan online. Pengguna juga seringkali terlibat dalam proses yang rumit seperti perencanaan perjalanan dan pemesanan akomodasi, dan mereka seringkali merasa tidak yakin tentang Online Travel Agent mana yang mudah, aman, dan nyaman digunakan, serta apakah mereka dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan.

UX dianggap sangat penting untuk keberhasilan hampir setiap aplikasi online travel agent. Untuk menghindari kesan buruk dan menghasilkan pengalaman yang memuaskan, para pengembang dan perancang mengandalkan berbagai data yang menggambarkan pendapat pengguna tentang aplikasi OTA [4]. Selain itu, Analisis UX dilakukan untuk menilai sejauh mana pengguna merasakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya saat menggunakan aplikasi OTA. Dengan adanya User Experience dapat menjadi tolak ukur suatu sistem informasi untuk dapat mengetahui apakah sistem tersebut berjalan dengan baik atau buruk sesuai dengan kebutuhan pengguna atau persepsi pengguna [5]. Selain itu untuk mengidentifikasi aspek-aspek spesifik dari pengalaman pengguna yang mungkin belum memadai. Hal ini dapat dilakukan melalui metode User Experience Questionnaire (UEQ), yang membantu dalam mengumpulkan data tentang persepsi pengguna terhadap aplikasi dan membantu menyoroti area yang perlu ditingkatkan.

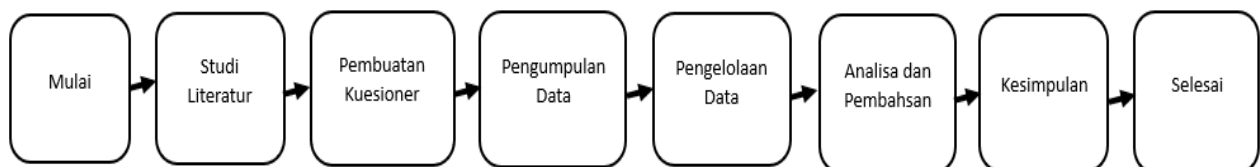
Beberapa penelitian terdahulu sudah menerapkan User Experience pada aplikasi yang menggunakan metode UEQ. Penelitian Alvina Shanaz Oktavia et al pada sebuah transportasi umum di Surabaya yaitu aplikasi Gobis Suroboyo Bus dan aplikasi Transjatim Ajaib pada penerapan metode UEQ digunakan untuk mengukur kualitas dari sebuah aplikasi dan dinilai dari pengalaman pengguna dan didapatkan hasil bahwa Transjatim Ajaib unggul pada semua skala [6]. Penelitian Fara Della Nur Annisa et al pada Aplikasi E-Wallet OVO dan GOPAY yang membandingkan 2 aplikasi dompet digital yang memiliki proses bisnis dan karakteristik yang hampir sama dalam pengalaman pengguna kedua aplikasi dompet digital tersebut serta ingin mengetahui user experience mana yang sesuai dengan pengguna baik dari kenyamanan, fungsi dan kemudahan pelanggan dalam menggunakan salah satu aplikasi pendukung E-Wallet [7]. Penelitian Raden Siti Nabila Putri Fasabuma et al pada Aplikasi Cinépolis Indonesia dan Cinema 21 untuk mengetahui seberapa baik tingkat pengalaman pengguna aplikasi serta mengidentifikasi permasalahan yang ditemukan pada aplikasi yang di evaluasi, yaitu aplikasi Cinépolis Indonesia dan Cinema 21 [8]. Penelitian Diana Khuntari pada Aplikasi Gojek dan Grab yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengalaman pengguna terhadap aplikasi tersebut, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel pengalaman pengguna aplikasi Gojek dan Grab mendapatkan nilai positif juga perlu dilakukan peningkatan kualitas pada variabel perspicuity dan dependability [9]. Penelitian Muhammad Dhiya Ulhaq et al pada Aplikasi Shopee dan Tokopedia dilakukan perbandingan UX para pengguna kedua aplikasi tersebut [10]. Penelitian I Gusti Putu Agung Arka Putra et al pada Aplikasi Bukalapak dan Tokopedia yang dilakukan untuk membandingkan pengalaman pengguna dan usability dari hasil penelitian bahwa Tokopedia menunjukkan kinerja yang lebih baik daripada Bukalapak dalam hal usability dan pengalaman pengguna pada platform e-commerce [11].

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) untuk mengukur pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi sehingga diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberi gambaran kualitas kedua aplikasi tersebut kepada para developer aplikasi untuk membangun aplikasi baru atau pengembangan selanjutnya [12].

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Sebuah penelitian mencakup langkah-langkah dalam kegiatan ilmiah (dari awal hingga akhir penelitian). Tahapan ini berfungsi sebagai kerangka alur pemikiran dalam sebuah penelitian. Penelitian yang berfungsi sebagai panduan proses penelitian agar tidak menyimpang dari ruang lingkup dan hasil yang digunakan [13]. Pada gambar 1 menggambarkan tahapan penelitian yang dilakukan penulis untuk penelitian ini.



**Gambar 1.** Tahapan Penelitian

#### 1. Studi Literatur

Studi literatur menggunakan sumber-sumber seperti buku, jurnal, makalah, dan penelitian terdahulu, peneliti melakukan proses pencarian pengetahuan terkait teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian ini [14].

#### 2. Pembuatan Kuesioner

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari suatu sumber seperti wawancara, observasi, atau kuesioner. Data yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna secara menyeluruh adalah kuesioner yang dibuat dengan menggunakan pendekatan UEQ, yang memiliki 26 pertanyaan dan enam skala pengukuran [15].

**3. Pengumpulan Data**

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data yang diisi pada google form, kuesioner ini disebarakan melalui media sosial seperti Instagram, twitter, telegram dan whatsapp. Pengguna dapat mengisi kuesioner UEQ sesuai dengan impresi yang mereka rasakan ketika menggunakan aplikasi online travel agent yang digunakan [16].

**4. Pengelolaan data**

Data pengalaman pengguna diproses menggunakan Microsoft Excel User Experience Questionnaire (UEQ) untuk mengelola data yang membantu untuk menghitung hasil dengan cepat, mengelolah kuesioner, dan mengatur serta mengevaluasi data secara efisien.

**5. Analisa Data**

Dalam analisis ini, perhitungan dilakukan dengan menggunakan data survei yang dikumpulkan dari kuesioner pengguna aplikasi online travel agent, nilai jawaban dari responden selanjutnya akan dimasukkan kedalam UEQ Data Analisis tool sehingga otomatis akan dikonversikan sesuai dengan bobot untuk setiap item dan diolah sehingga mendapatkan rata-rata berdasarkan skala UEQ [17].

**6. Kesimpulan**

Setelah mendapatkan hasil yang akurat dan relevan, selanjutnya menarik kesimpulan dari analisa data. kesimpulan ini akan digunakan untuk mengevaluasi kualitas aplikasi online travel agent.

**2.2 Pengumpulan Data UEQ**

Kuesioner pada penelitian ini menggunakan pertanyaan yang terdapat pada metode UEQ yang dapat membandingkan tingkat user experience diantara ketiga aplikasi OTA, mengukur user experience suatu produk, dan mampu mengidentifikasi area perbaikan suatu produk berdasarkan pedoman dalam buku User Experience Questionnaire (UEQ). Dalam dua puluh enam (26) item pertanyaan tersebut, terdapat enam (6) skala yang dapat digolongkan. Skala-skala tersebut yaitu:

- a. Attractiveness (daya tarik): Pendapat umum pengguna mengenai produk, apakah mereka menyukainya atau tidak.
- b. Perspicuity (Kejelasan): Tingkat kejelasan suatu produk, seperti seberapa mudah atau susah dimengerti.
- c. Efficiency (Efisiensi): efisiensi pemakai dapat mengerjakan tugas tanpa banyak usaha, seperti seberapa cepat atau lambat, dan seberapa efisien atau tidak efisien.
- d. Dependability (Ketepatan): Apakah pemakai merasa memiliki kendali terhadap interaksi, seperti apakah interaksi tersebut dapat diprediksi atau tidak, dan apakah interaksi tersebut mendukung atau menghambat.
- e. Stimulation (Stimulasi): Tingkat dorongan untuk memakai produk, seperti seberapa berguna atau tidak bermanfaatnya produk tersebut, dan seberapa menarik atau tidak menariknya produk tersebut.
- f. Novelty (Kebaruan): Tingkat kebaruan produk, seperti seberapa kreatif atau tidak kreatifnya, dan seberapa konservatif atau inovatifnya [18].

Proses evaluasi menggunakan UEQ dimulai dari responden diminta untuk menggunakan aplikasi online travel agent dan mencoba semua fitur yang ada pada Traveloka, Tiket.com dan Agoda hal ini dilakukan agar pengguna mendapatkan umpan balik yang baik dari hasil UEQ yang akurat. Pengguna diminta untuk mengisi kuesioner UEQ setelah menggunakan aplikasi dengan menggunakan kuesioner yang telah diberikan. Pengisian kuesioner harus mengikuti petunjuk yang diberikan oleh UEQ yang menunjukkan jika poin 7 tidak selalu merupakan angka tertinggi pada kuesioner. Kuesioner UEQ-yang terdiri dari 26 pertanyaan dapat dilihat pada gambar 2 berikut: [19].

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

**Gambar 2.** Kuesioner 26 pertanyaan UEQ

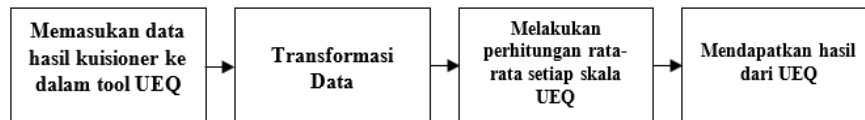
**2.3 Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini populasi penelitiannya meliputi pengguna aplikasi Traveloka, Tiket.com, dan Agoda baik yang lama ataupun baru. Sejumlah sampel dipilih dari populasi tersebut untuk menjadi responden. Peneliti menggunakan sampel

sebanyak 214 responden yang mengisi Kuesioner pada Google Form yang disebarluaskan. Sebab, Peneliti tidak dapat memastikan jumlah total pengguna aplikasi Traveloka, Tiket.com, dan Agoda karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu membuat peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi.

## 2.4 Pengolahan Data dan Analisis

Pengolahan data yang diperoleh dari responden selanjutnya diolah menggunakan UEQ tools untuk memastikan keakuratannya dengan baik juga pengelolaan data yang sistematis dan efisien [20]. Hasil pengolahan dari data kemudian dianalisa untuk memperoleh informasi mengenai user experience dari Aplikasi Traveloka, Tiket.com dan Agida. Proses pengolahan data dapat dilihat pada gambar 3 berikut:



Gambar 3. Proses pengolahan data UEQ

Selanjutnya hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan akan dianalisa dan pembahasan mengenai hasil kuesioner UEQ. Setelah itu, akan dilakukan perbandingan hasil kuesioner UEQ dari ketiga aplikasi OTA tersebut. perbandingan hasil kuesioner UEQ dari kedua aplikasi tersebut. Setelah semua tahapan-tahapan dalam penelitian selesai dilakukan maka dibuatlah Kesimpulan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa user experience pada aplikasi online travel agent Traveloka, Tiket.com dan Agoda dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada pengguna yang menggunakan ketiga aplikasi online travel agent tersebut. Secara keseluruhan, kuesioner diisi oleh 214 responden yang kemudian data dari kuesioner tersebut dimasukkan kedalam tabel UEQ data analysis. Setelah itu, selanjutnya dilakukan transformasi dengan menghitung nilai yang diperoleh dari kuesioner UEQ dikurangi dengan 4 dan diperoleh nilai positif atau negative dari setiap item UEQ. Nilai +3 merupakan nilai positif tertinggi dan -3 merupakan nilai negative terendah. Hasil transformasi data kemudian diolah untuk mendapatkan nilai rata-rata untuk setiap aspek UEQ.

### 3.1 Hasil Analisa User Experience Aplikasi Traveloka

Hasil evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi online travel agent traveloka menunjukkan bahwa responden memiliki impresi yang positif terhadap aplikasi online travel agent traveloka. Hal ini terlihat dari nilai mean dari 6 skala UEQ yang menunjukkan positive evaluation (memiliki nilai mean > 0,8) pada tingkat area warna hijau. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut di bawah ini.

Tabel 1. Hasil UEQ Traveloka

Skala UX	Nilai Skala UEQ
Daya Tarik (Attractiveness)	1,594
Kejelasan (Perspicuity)	1,414
Efisiensi (Efficiency)	1,567
Ketepatan (Dependability)	1,274
Stimulasi (Stimulation)	1,331
Kebaruan (Novelty)	1,090

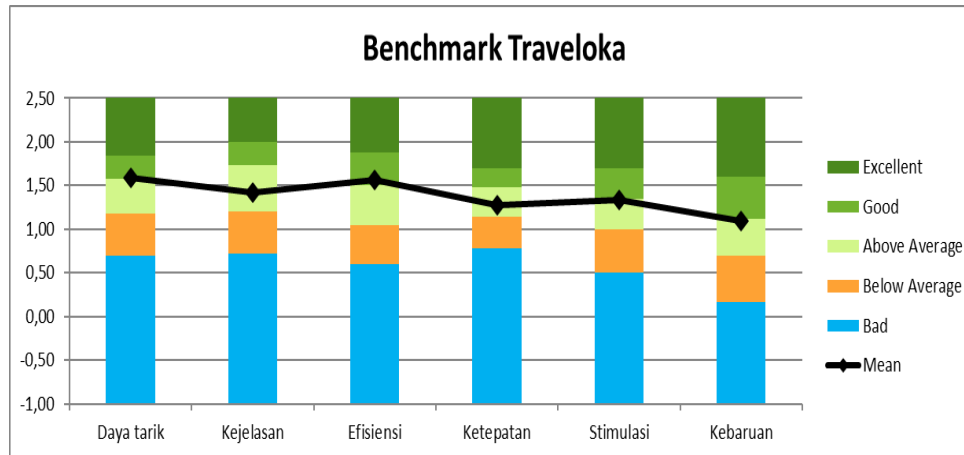
Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 1 diatas, didapat nilai tertinggi pada skala daya tarik (Attractiveness) dengan nilai 1,594 yang menunjukkan bahwa aplikasi traveloka memiliki impresi positif dengan tampilan yang menarik dan nyaman bagi pengguna. Skala kejelasan mendapatkan nilai 1,414 yang berarti aplikasi traveloka dapat mudah dipahami dan dipelajari karena faktor kejelasan dan kemudahan memperoleh nilai positif. Skala efisiensi mendapatkan nilai 1,567 yang menunjukkan pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat ketika menggunakan aplikasi traveloka. Interaksi dengan aplikasi traveloka cukup baik dan dapat dikendalikan oleh pengguna berdasarkan pada skala ketepatan yang memperoleh nilai 1,274. Skala stimulasi mendapat nilai 1,331 hal ini menunjukkan bahwa aplikasi traveloka bermanfaat bagi pengguna dan memotivasi pengguna untuk menggunakannya. Dan terakhir skala kebaruan mendapat nilai 1,090 memiliki desain produk yang inovatif dan kreatif serta mampu mendapatkan perhatian pengguna.

Tabel 2. Hasil Benchmark Aplikasi Online Travel Agent Agoda.

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,59	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kejelasan	1,41	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,57	Good	10% of results better, 75% of results worse

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Ketepatan	1,27	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulasi	1,33	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Kebaruan	1,09	Above Average	25% of results better, 50% of results worse

Pada tabel 2 hasil benchmark menunjukkan skala daya tarik dan efisiensi memperoleh kategori “Good” yang berarti Traveloka memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 10% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi traveloka memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari 75% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Sedangkan untuk skala kejelasan, ketepatan, stimulasi dan kebaruan memperoleh kategori “Above Average” yang artinya aplikasi traveloka memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 25% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi traveloka memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari 50% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Untuk penjelasan lebih rinci, setiap nilai benchmark yang dimodelkan secara grafis dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Hasil Benchmark Traveloka

### 3.2 Hasil Analisa User Experience Aplikasi Tiket.com

Hasil evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi online travel agent Tiket.com menunjukkan bahwa responden memiliki impresi yang positif terhadap aplikasi online travel agent tiket.com. Hal ini terlihat dari nilai mean dari 6 skala UEQ yang menunjukkan positive evaluation (memiliki nilai mean > 0,8) pada tingkat area warna hijau. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut di bawah ini.

Tabel 3. Hasil UEQ Tiket.com

Skala UX	Nilai Skala UEQ
Daya Tarik (Attractiveness)	1,884
Kejelasan (Perspicuity)	1,572
Efisiensi (Efficiency)	1,773
Ketepatan (Dependability)	1,284
Stimulasi (Stimulation)	1,561
Kebaruan (Novelty)	1,201

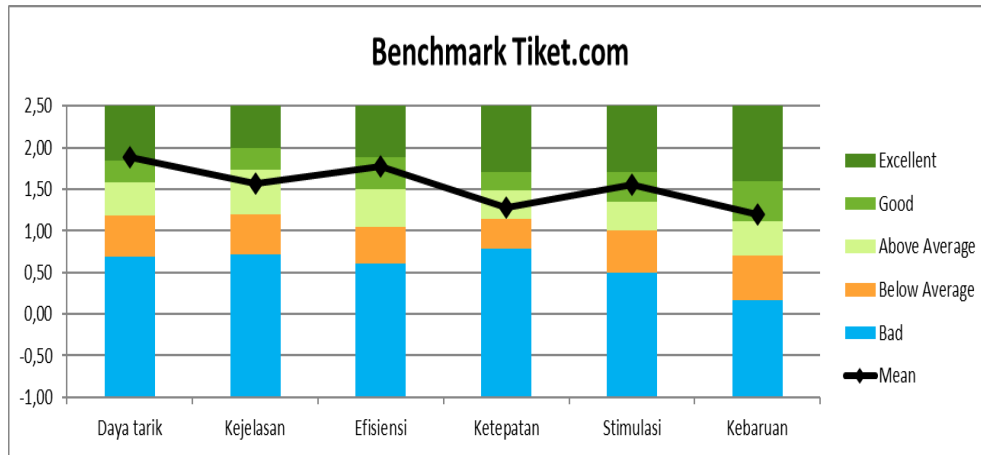
Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 3 diatas, didapat nilai tertinggi pada skala daya tarik (Attractiveness) dengan nilai 1,884 yang menunjukkan bahwa aplikasi tiket.com memiliki impresi positif dengan tampilan yang menarik dan nyaman bagi pengguna. Skala kejelasan mendapatkan nilai 1,572 yang berarti aplikasi tiket.com dapat mudah dipahami dan dipelajari karena faktor kejelasan dan kemudahan memperoleh nilai positif. Skala efisiensi mendapatkan nilai 1,773 yang menunjukkan pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat ketika menggunakan aplikasi tiket.com. Interaksi dengan aplikasi tiket.com cukup baik dan dapat dikendalikan oleh pengguna berdasarkan pada skala ketepatan yang memperoleh nilai 1,284. Skala stimulasi mendapat nilai 1,561 hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tiket.com bermanfaat bagi pengguna dan memotivasi pengguna untuk menggunakannya. Dan terakhir skala kebaruan mendapat nilai 1,201 memiliki desain produk yang inovatif dan kreatif serta mampu mendapatkan perhatian pengguna.

Tabel 4. Hasil Benchmark Aplikasi Online Travel Agent Tiket.com

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,88	Excellent	In the range of the 10% best results
Kejelasan	1,57	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,77	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketepatan	1,28	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulasi	1,56	Good	10% of results better, 75% of results worse

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Kebaruan	1,20	Good	10% of results better, 75% of results worse

Pada tabel 4 hasil benchmark menunjukkan skala daya tarik memperoleh kategori “Excellent” yang berarti aplikasi tiket.com memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 10% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Sedangkan skala efisiensi, stimulasi dan kebaruan memperoleh kategori “Good” yang berarti tiket.com memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 10% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi tiket.com memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari 75% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Terakhir skala kejelasan dan ketepatan memperoleh kategori “Above Average” yang artinya aplikasi tiket.com memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 25% hasil evaluasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi traveloka memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari 50% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Untuk penjelasan lebih rinci, setiap nilai benchmark yang dimodelkan secara grafis dapat dilihat pada gambar 5 berikut.



**Gambar 5.** Hasil Benchmark Tiket.com

### 3.3 Hasil Analisa User Experience Aplikasi Agoda

Hasil evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi online travel agent Agoda menunjukkan bahwa responden memiliki impresi yang positif terhadap aplikasi online travel agent agoda. Hal ini terlihat dari nilai mean dari 6 skala UEQ yang menunjukkan positive evaluation (memiliki nilai mean > 0,8) pada tingkat area warna hijau. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut di bawah ini.

**Tabel 5.** Hasil UEQ Agoda

Skala UX	Nilai Skala UEQ
Daya Tarik (Attractiveness)	1,953
Kejelasan (Perspicuity)	1,669
Efisiensi (Efficiency)	1,965
Ketepatan (Dependability)	1,012
Stimulasi (Stimulation)	1,721
Kebaruan (Novelty)	1,366

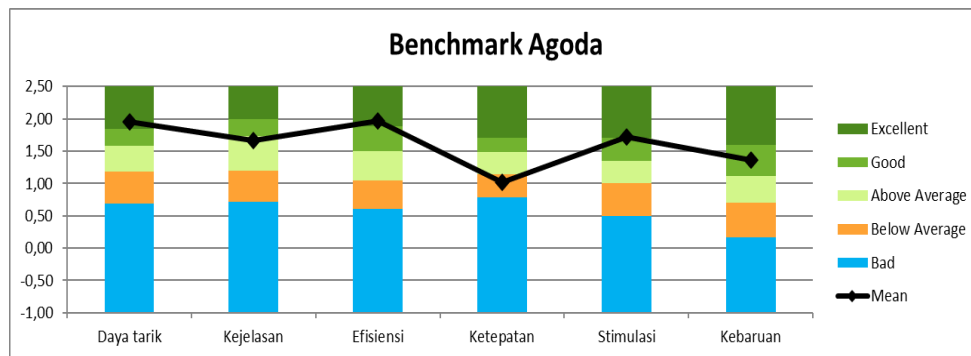
Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 3 diatas, didapat nilai tertinggi pada Skala efisiensi (Efficiency) mendapatkan nilai 1,965 yang menunjukkan pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat ketika menggunakan aplikasi agoda. Skala daya tarik mendapat nilai 1,953 yang menunjukkan bahwa aplikasi agoda memiliki impresi positif dengan tampilan yang menarik dan nyaman bagi pengguna. Skala kejelasan mendapatkan nilai 1,669 yang berarti aplikasi Agoda dapat mudah dipahami dan dipelajari karena faktor kejelasan dan kemudahan memperoleh nilai positif. Interaksi dengan aplikasi agoda cukup baik dan dapat dikendalikan oleh pengguna berdasarkan pada skala ketepatan yang memperoleh nilai 1,012. Skala stimulasi mendapat nilai 1,721 hal ini menunjukkan bahwa aplikasi agoda bermanfaat bagi pengguna dan memotivasi pengguna untuk menggunakannya. Dan terakhir skala kebaruan mendapat nilai 1,366 memiliki desain produk yang inovatif dan kreatif serta mampu mendapatkan perhatian pengguna.

**Tabel 6.** Hasil Benchmark Aplikasi Online Travel Agent Agoda

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,95	Excellent	In the range of the 10% best results
Kejelasan	1,67	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,97	Excellent	In the range of the 10% best results
Ketepatan	1,01	Below Average	50% of results better, 25% of results worse
Stimulasi	1,72	Excellent	In the range of the 10% best results

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Kebaruan	1,37	Good	10% of results better, 75% of results worse

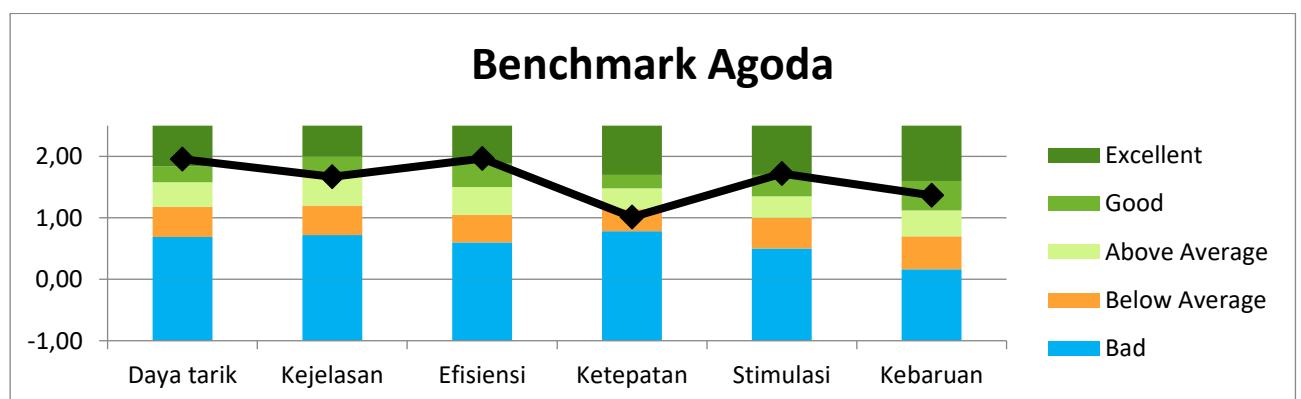
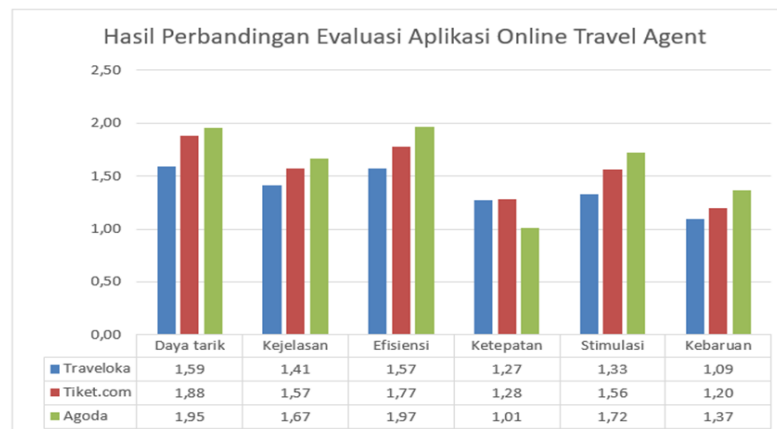
Pada tabel 6 hasil benchmark menunjukkan skala daya tarik, efisiensi dan stimulasi memperoleh kategori “Excellent” yang berarti aplikasi agoda memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 10% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Skala kebaruan memperoleh kategori “Good” yang berarti agoda memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 10% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi agoda memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari 75% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Sedangkan skala kejelasan memperoleh kategori “Above Average” yang artinya aplikasi agoda memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 25% hasil evaluasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi agoda memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari 50% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Terakhir skala ketepatan memperoleh kategori “below average” berarti dibandingkan dengan dataset yang ada, aplikasi agoda memiliki nilai mean yang lebih rendah dari 50% hasil evaluasi aplikasi pada dataset. Akan tetapi aplikasi agoda memiliki nilai mean yang lebih tinggi dari hanya 25% hasil evaluasi aplikasi yang ada pada dataset. Untuk penjelasan lebih rinci, setiap nilai benchmark yang dimodelkan secara grafis dapat dilihat pada gambar 6 berikut.



Gambar 6. Hasil Benchmark Agoda

### 3.4 Hasil Perbandingan Evaluasi Aplikasi Online Travel Agent Traveloka, Tiket.com dan Agoda

Perbandingan pengalaman penggunaan antara ketiga aplikasi online travel agent traveloka, tiket.com dan agoda dilakukan dengan menggunakan UEQ Compare Products. Secara grafis, hasil perbandingan UEQ scale means aplikasi tersebut dapat dilihat pada gambar 7 di bawah ini.



Gambar 7. Hasil perbandingan evaluasi OTA

Hasil perbandingan menunjukkan bahwa secara keseluruhan 3 skala utama ueq yaitu daya tarik, kualitas pragmatis dan kualitas hedonis untuk aplikasi online travel agent traveloka, tiket.com dan agoda. Lebih rinci, perbandingan setiap nilai means dari ketiga aplikasi dapat dilihat pada tabel 7 berikut.

Tabel 7. Hasil 3 Skala Utama UEQ OTA

UEQ Quality	Attractiveness	Pragmatic Quality	Hedonic Quality
Skala Traveloka	1,59	1,42	1,21
Skala Tiket.com	1,88	1,54	1,38
Skala Agoda	1,95	1,55	1,54
Skala	Attractiveness	Perspiciuity Efficiency Dependability	Stimulation Novelty
Skala UEQ Traveloka	1,59	1,414	1,331
Mean Traveloka	1,59	1,567	1,090
Skala UEQ Tiket.com	1,88	1,274	1,21
Mean Tiket.com	1,88	1,42	1,561
Skala UEQ Agoda	1,95	1,572	1,201
Mean Agoda	1,95	1,773	1,284
		1,54	1,38
		1,669	1,721
		1,965	1,366
		1,012	
		1,55	1,54

Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 7 diatas, dalam skala daya tarik meliputi daya tarik sendiri, kuliatas pragmatis yang meliputi pada kepatuhan terhadap aspek teknis untuk mencapai tujuan pengguna dan mencakup skala ketepatan, efisiensi, dan kejelasan, selanjutnya kualitas hedonis yang meliputi pengalaman atau emosi pengguna saat menggunakan produk yang mencakup Skala kebaruan dan stimulasi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan terkait hasil pengujian terhadap pengalaman pengguna pada aplikasi online travel agent traveloka, tiket.com dan agoda, maka dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan 6 skala yang diukur pada aplikasi agoda, menunjukkan bahwa aplikasi agoda memiliki hasil benchmark pada skala efisiensi yang lebih unggul dibandingkan skala lainnya. Sementara pada aplikasi Traveloka dan tiket.com menunjukkan hasil benchmarking pada skala efisiensi yang lebih rendah dibandingkan agoda. Jika ketiga aplikasi dibandingkan, maka hasilnya menunjukkan bahwa aplikasi agoda lebih unggul untuk digunakan dalam menyelesaikan transaksi dengan cepat. Pada aplikasi agoda diperlukan perbaikan pada skala ketepatan dengan hasil nilai dibawah rata-rata (Below Average), sehingga membutuhkan upaya untuk meningkatkan nilai tersebut dengan memperbaiki layanan aplikasi yang dapat diandalkan, dapat di prediksi dan memberikan ekspektasi sesuai pengguna. Berdasarkan hasil dari penilaian tersebut, responden merasa puas terhadap ketiga aplikasi OTA Traveloka, Tiket.com dan Agoda dikarenakan hasil mean nilai yang didapat > 0.8 berada di kategori positif.

#### REFERENCES

- [1] Y. D. Yulianti, R. Nurcahyo, and M. Dachyar, "Strategi Penentuan Harga dan Penjualan Hotel Pada Online Travel Agency (OTA)," *Semin. dan Konf. Nas. IDEC*, no. 1, pp. 2–3, 2019.
- [2] H. W. Aripadono and M. Ardiansyah, "Analisa Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Minat Beli Online Travel Agent," *J. Inf. Syst. Technol.*, vol. 4, no. 1, pp. 333–345, 2023, doi: 10.37253/joint.v4i1.6331.
- [3] J. O. Nasional, L. S. Saragih, P. Studi, and A. Bisnis, "Dampak online travel agent (ota) dalam meningkatkan pengunjung di pardede internasional hotel medan," vol. 3, no. 1, 2019.
- [4] R. Anjasmara, P. P. Hadi, H. Muslimah Az-Zahra, and S. H. Wijoyo, "Evaluasi User Experience Menggunakan meCUE Questionnaire (Studi Kasus Pada Aplikasi Traveloka Dan Pegipegi)," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 3, pp. 2335–2343, 2019, [Online]. Available: <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4715>
- [5] N. Kadek Risma Juniantari and I. N. Tri Anindia Putra, "Analisis Sistem Informasi Dpmptsp Menggunakan Metode User Experience Questionnaire," *JIKO (Jurnal Inform. dan Komputer)*, vol. 4, no. 1, pp. 31–37, 2021, doi: 10.33387/jiko.v4i1.2379.
- [6] A. S. Oktavia, R. W. Lestari, and A. Nugroho, "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Transportasi Umum dengan Metode User Experience Questionnaire," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 76–83, 2024, doi: 10.47233/jteksis.v6i1.1094.
- [7] F. D. N. Annisa, J. N. U. Jaya, and S. Surmiati, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet OVO dan GOPAY Dengan Metode User Experience Questionnaire," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 242–251, 2022, doi: 10.47065/josh.v3i3.1527.
- [8] R. Fasabuma, H. Tolle, and S. H. Wijoyo, "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop menggunakan User Experience Questionnaire ( UEQ ) dan Heuristic Evaluation ( HE )," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 4, no. 4, pp. 1324–1332, 2020.
- [9] R. Artikel and D. Khuntari, "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire," vol. 8, no. April, pp. 275–286, 2022.



- [10] M. D. Ulhaq, A. Padmo, A. Masa, and H. J. Setyadi, “Analisis Perbandingan User Experience Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Tokopedia Menggunakan Metode User Experience Questionnaire ( UEQ ),” vol. 3, no. 1, pp. 37–44, 2024.
- [11] E. Usability, W. Bukalapak, and D. A. N. Tokopedia, “INTI NUSA MANDIRI MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE ( UEQ ),” vol. 18, no. 2, pp. 166–175, 2024.
- [12] M. A. Kresnanto, B. T. Hanggara, and B. S. Prakoso, “Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Booking Hotel dengan menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi pada RedDoorz dan Airy),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 4, no. 10, pp. 3637–3646, 2020, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [13] M. Purnasari, Y. Hartiwi, and N. Nurhayati, “Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Dana Masjid Berbasis Web Menggunakan Unified Modeling Language (UML),” *Resolusi Rekayasa Tek. Inform. dan Inf.*, vol. 2, no. 6, pp. 258–264, 2022, doi: 10.30865/resolusi.v2i6.416.
- [14] D. Danendra, N. Oktadini, P. E. Sevtyuni, A. Meiriza, and P. Putra, “Analisis User Experience Pada Website Dicoding Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ),” *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 12, no. 5, pp. 3103–3113, 2023, doi: 10.33022/ijcs.v12i5.3456.
- [15] M. Aditya Pebrialdy Arswanda, C. Caesar, J. Sihombing, A. Andri, and A. Prima Laia, “Evaluasi Pengalaman Mahasiswa Mikroskil pada Aplikasi OneDrive Menggunakan UEQ,” *J. SIFO Mikroskil*, vol. 23, no. 1, pp. 61–72, 2022, doi: 10.55601/jsm.v23i1.876.
- [16] S. R. Henim and R. P. Sari, “Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire,” *J. Komput. Terap.*, vol. 6, no. 1, pp. 69–78, 2020, doi: 10.35143/jkt.v6i1.3582.
- [17] Y. Wijayanti, S. Suyoto, and A. T. Hidayat, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Seluler Visiting Jogja Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ),” *J. Janitra Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 1, pp. 10–17, 2023, doi: 10.25008/janitra.v3i1.169.
- [18] H. Dina, M. Dewi, A. Faruqi, and A. Pratama, “KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Evaluasi Perbandingan Pengalaman Pengguna Computer Based Test Pada Test.co.id dan Quizizz Menggunakan Metode UEQ,” *Media Online*, vol. 3, no. 6, pp. 985–995, 2023, doi: 10.30865/klik.v3i6.918.
- [19] A. Noor and E. L. Hadisaputro, “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi TIX ID Menggunakan Metode User Experience Questionnaire,” *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 4, pp. 672–677, 2022, doi: 10.47065/josh.v3i4.1881.
- [20] S. Prasetyaningsih and W. P. Ramadhani, “Analisa User Experience pada TFME Interactive Learning Media Menggunakan User Experience Questionnaire,” *J. Integr.*, vol. 13, no. 2, pp. 147–157, 2021, doi: 10.30871/ji.v13i2.3180.