



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

TUGAS AKHIR - KS141501

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA (*USER EXPERIENCE*) OJEK *ONLINE* (STUDI KASUS: *GO-RIDE* DAN *GRABBIKE*)

USER EXPERIENCE ANALYSIS OF MOTORCYCLE TAXI (CASE STUDY: GO-RIDE AND GRBABBIKE)

NINDA OKTA FAJARIYANTI
NRP 05211440000029

Dosen Pembimbing
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

TUGAS AKHIR - KS141501

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA (*USER EXPERIENCE*) OJEK ONLINE (STUDI KASUS: GO-RIDE DAN GRABBIKE)

NINDA OKTA FAJARIYANTI
NRP 0521144000029

Dosen Pembimbing
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

FINAL PROJECT - KS141501

***USER EXPERIENCE ANALYSIS OF MOTORCYCLE
TAXI (CASE STUDY: GO-RIDE AND GRBABBIKE)***

NINDA OKTA FAJARIYANTI
NRP 05211440000029

Supervisor

Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

INFORMATION SYSTEMS DEPARTMENT
Faculty of Information and Communication Technology (ICT)
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018

LEMBAR PENGESAHAN
**ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA (*USER*
EXPERIENCE) OJEK ONLINE (STUDI KASUS:
GO-RIDE DAN GRABBIKE)**

TUGAS AKHIR

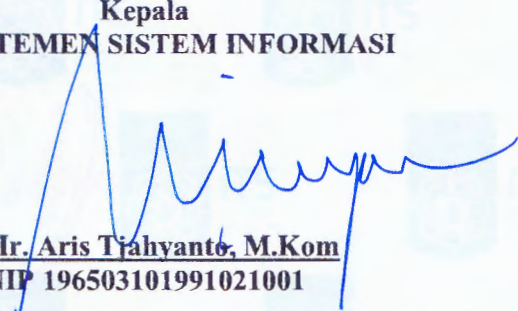
Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer
pada
Departemen Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

NINDA OKTA FAJARIYANTI
0521144000029

Surabaya, Juli 2018

Kepala
DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI



Dr. Ir. Aris Tjahyanto, M.Kom
NIP 196503101991021001

**ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA
(USER EXPERIENCE) ONLINE BASED OJEK
(STUDI KASUS: GO-RIDE DAN GRABBIKE)**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer
pada
Departemen Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

NINDA OKTA FAJARIYANTI

0521144000029

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian : Juli 2018
Periode Wisuda : September 2018

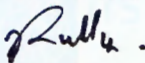
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.


(Pembimbing 1)

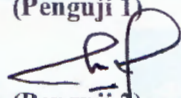
Amna Shiffa Nisafani, S. Kom., M. Sc.


(Pembimbing 2)

Rully Agus Hendrawan, S.Kom, M.Eng


(Penguji 1)

Mahendrawathi ER., S.T., M.Sc., Ph.D


(Penguji 2)

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA (*USER EXPERIENCE*) OJEK *ONLINE* (STUDI KASUS: *GO-RIDE* DAN *GRABBIKE*)

Nama Mahasiswa : Ninda Okta Fajariyanti
NRP : 0521144000029
Departemen : Sistem Informasi FTIK-ITS
Pembimbing 1 : Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Pembimbing 2 : Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

ABSTRAK

Gojek dan Grab bersaing sebagai e-commerce terbesar yang bergerak di bidang Transportation Network Companies (TNC) di Indonesia, khususnya ojek online. Perusahaan penyedia jasa ojek online perlu untuk meningkatkan performa produknya untuk terus unggul dalam persaingan industri retail online. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan user experience penggunaannya. Hal ini dikarenakan, user experience berpengaruh terhadap perilaku pengguna layanan online. Oleh karena itu, dibuatlah penelitian berupa analisis user experience ojek online dengan studi kasus Go-Ride dan GrabBike. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur user experience pengguna Go-Ride dan GrabBike kemudian membandingkan Transportation Network Companies (TNC) mana yang lebih baik dalam hal user experience.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner UEQ (User experience Questionnaire) secara online kepada 400 responden. Kemudian data diolah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan UEQ Data Analysis Tool untuk membandingkan penilaian user experience Go-Ride dan GrabBike.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah adanya perbedaan signifikan hasil penilaian user experience dari

kedua produk TNC dan Go-Ride mendapatkan penilaian user experience yang lebih unggul daripada GrabBike. Penelitian ini ditujukan kepada pihak Gojek dan Grab sebagai bahan evaluasi user experience dari produk mereka.

Kata kunci: Transportation Network Companies, User Experience, User Experience Questionnaire, Customer Relationship Management

USER EXPERIENCE ANALYSIS OF MOTORCYCLE TAXI (CASE STUDY: GO-RIDE AND GRABBIKE)

Nama Mahasiswa : Ninda Okta Fajariyanti
NRP : 0521144000029
Departemen : Sistem Informasi FTIK-ITS
Pembimbing 1 : Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Pembimbing 2 : Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

ABSTRACT

Gojek and Grab are two largest transportation network companies (TNC) in Indonesia. To this point, both companies provide motorcycle taxi services named Go-Ride and GrabBike respectively. As the competition increases among them, it is necessary to provide outstanding service to their customers. Here, providing a good user experiences in their mobile platforms is a must.

For this reason, Both companies need to undergo a thorough analysis of user experiences to measure how well their services in the customer's perspectives. Further, we collect as many as 400 repondents which are Go-Ride and GrabBike users. Each respondent should consume both services at least once. Later on, we use User Experience Questionnaire (UEQ) method to compare and analyze the result .

In the end, we have found that Go-Ride significantly surpass GrabBike in all aspects defined by UEQ. The aspects are attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation and novelty. This research is useful for any product manager in developing a better user experience services.

Keywords: Transportation Network Companies, User Experience, User Experience Questionnaire, Customer Relationship Management

KATA PENGANTAR

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

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA (*USER EXPERIENCE*) OJEK *ONLINE* (STUDI KASUS: *GO-RIDE* DAN *GRABBIKE*)

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 Dr. Ir. Aris Tjahyanto, M.Kom selaku Kepala Departemen Sistem Informasi ITS Surabaya
2. Bapak Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc. dan Ibu Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang meluangkan waktu, memberikan ilmu, petunjuk, dan motivasi untuk kelancaran tugas akhir ini.
3. Bapak Rully Agus Hendrawan, S.Kom, M.Eng dan Ibu Mahendrawathi ER, S.T., M.Sc., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan untuk perbaikan tugas akhir ini.
4. Orang tua penulis, Zainal Arifin dan Sutiani yang telah memberikan dukungan material dan spiritual kepada penulis.
5. Saudara kandung penulis, Zahra Arni Nazira yang turut mendokan dan mendukung penyelesaian tugas akhir.
6. Alif Bagas Septianto yang telah membantu, mendengarkan, menemani penulis disaat suka dan duka.
7. Kawan MARKITDON yaitu Septy, Fia, Cindy Patty, Depe, Opor, Roy, Rara, Rachel, Tatan, Risha, Nita, Nody, Dhira, dan Yunis, yang selalu menemani penulis dalam suka dan duka dan atas dukungan, candaan, dan nasihat yang selalu diberikan kepada penulis.

8. Kawan-kawan seperbimbingan dalam mengerjakan buku tugas akhir penulis Ammar, Kiki, Iqbal, Irma, Endar, Umar dan seluruh penghuni lab lainnya yang sering bercanda bersama.
9. Para responden yang telah dengan sukarela membantu mengisi data untuk kelancaran tugas akhir saya, dari yang saya kenal sampai yang saya belum kenal. You all awesome!
10. Seluruh dosen Departemen Sistem Informasi ITS yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
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.

Surabaya, Juli 2018
Penulis,

(Ninda Okta Fajariyanti)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ix
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Relevansi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Studi Sebelumnya.....	9
2.2 Dasar Teori	11
2.2.1 <i>Transportation Network Companies (TNC)</i>	11
2.2.2 <i>User Experience</i>	13
2.2.3 <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i>	13
2.2.4 <i>T-Test</i>	16
BAB III METODOLOGI.....	19
3.1 Tahapan Pelaksanaan Tugas Akhir	19
3.2 Penjabaran Metodologi Penelitian	20

3.2.1 Studi Literatur	20
3.2.2 Pengumpulan Data	20
3.2.3 Pengolahan Data	21
3.2.4 Analisis Hasil dan Penarikan Kesimpulan.....	22
3.2.5 Penyusunan Laporan Tugas Akhir	22
BAB IV PERANCANGAN KUESIONER	23
4.1 Penentuan Objek Penelitian	23
4.2 Penentuan Subjek Penelitian.....	23
4.3 Perancangan Pengumpulan Data.....	24
4.3.1 Kuesioner Penelitian	25
4.3.2 Penyebaran Kuesioner.....	29
4.4 Perancangan Pengelolaan Data	30
4.5 Pengujian Data Awal Penelitian	34
4.6 Pendekatan Analisis.....	34
BAB V IMPLEMENTASI	37
5.1 Pengumpulan Data.....	37
5.1.1 Penyebaran Kuesioner.....	37
5.2 Analisis Deskriptif.....	37
5.2.1 Uji Reliabilitas	38
5.2.2 Uji Validitas.....	42
5.2.3 Data Total	48
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	57
6.1 Skala Penilaian	57
6.2 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride.....	57
6.2.1 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61

6.2.2 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Umur.....	63
6.2.3 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran	65
6.2.4 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal.....	69
6.2.5 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	73
6.2.6 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Profesi Sesuai KTP	75
6.2.7 Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Rata-rata Penghasilan.....	78
6.3 Hasil Analisis <i>User Experience</i> GrabBike.....	81
6.3.1 Hasil Analisis <i>User experience</i> GrabBike Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
6.3.2 Hasil Analisis <i>User experience</i> GrabBike Berdasarkan Umur.....	87
6.3.3 Hasil Analisis <i>User experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran	89
6.3.4 Hasil Analisis <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Pronvinsi Tempat Tinggal.....	94
6.3.5 Hasil Analisis <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	97
6.3.6 Hasil Analisis <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Profesi Sesuai KTP	99

6.3.7 Hasil Analisis <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Rata-rata Penghasilan.....	102
6.4 Perbandingan Hasil Analisis <i>User Experience</i> Go-Ride dan GrabBike	105
6.5 Hasil In-Depth Analysis <i>User Experience</i> Ojek Online Keseluruhan	111
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
7.1 Kesimpulan	117
7.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	121
BIODATA PENULIS	125
LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN.....	127
LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN <i>USER EXPERIENCE</i> GO-RIDE	145
LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN <i>USER EXPERIENCE</i> GRABBIKE	176
LAMPIRAN D: KAMPANYE YANG DILAKUKAN UNTUK MEMPEROLEH DATA	207
LAMPIRAN E: SKRIP WAWANCARA SETELAH MENDAPATKAN HASIL ANALISIS	235

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia. Sumber: APJII.....	1
Gambar 1.2 Alasan Utama Mengakses Internet. Sumber: APJII	2
Gambar 1.3 Top Free Apps AppleStore	3
Gambar 1.4 Top Free Apps GooglePlay.....	4
Gambar 1.5 Kerangka Kerja Riset Laboratorium Sistem Enterprise	7
Gambar 2.1 Struktur Skala UEQ	15
Gambar 2.2 Item Kuesioner UEQ Versi Indonesia [29].	16
Gambar 4.1 Contoh Skala Semantic Differential.....	26
Gambar 4.2 Screening Question Pada Kuesioner	26
Gambar 4.3 Bagian Pertanyaan Kuesioner <i>User Experience</i> . ..	28
Gambar 4.4 Tampilan Kuesioner <i>User Experience Go-Ride dan GrabBike Online</i>	31
Gambar 4.5 Contoh Perbandingan Dua Produk Berdasarkan Skala UEQ	32
Gambar 4.6 Contoh Hasil Perbandingan Hasil Per Item.....	33
Gambar 4.7 Contoh Hasil Perbandingan Produk	34
Gambar 4.8 Hasil Awal Uji <i>Inconsistencies Go-Ride</i>	35
Gambar 4.9 Hasil Awal Uji <i>Inconsistencies GrabBike</i>	35
Gambar 5.1 Hasil Awal Uji <i>Inconsistencies Go-Ride</i>	40
Gambar 5.2 Hasil Awal Uji <i>Inconsistencies GrabBike</i>	40
Gambar 5.3 Presentase Persebaran Jenis Kelamin Responden	49
Gambar 5.4 Grafik Persebaran Usia Responden.....	50
Gambar 5.5 Grafik Persebaran Provinsi Kelahiran Responden	51
Gambar 5.6 Grafik Persebaran Provinsi Tempat Tinggal Responden.....	52
Gambar 5.7 Visualisasi Persebaran Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Gambar 5.8 Visualisasi Persebaran Profesi KTP Responden	54
Gambar 5.9 Visualisasi Persebaran Rata-Rata Penghasilan Responden.....	55

Gambar 6.1 Visualisasi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Secara Keseluruhan	59
Gambar 6.2 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 6.3 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Umur	64
Gambar 6.4 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1	66
Gambar 6.5 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2	66
Gambar 6.6 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3	67
Gambar 6.7 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4	67
Gambar 6.8 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1	70
Gambar 6.9 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2	70
Gambar 6.10 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3	71
Gambar 6.11 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Gambar 6.12 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Profesi Sesuai KTP	76
Gambar 6.13 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Rata-rata Penghasilan	79
Gambar 6.14 Visualisasi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Secara Keseluruhan	82
Gambar 6.15 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 6.16 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Umur	87
Gambar 6.17 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1	90
Gambar 6.18 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2	91

Gambar 6.19 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3	91
Gambar 6.20 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4	92
Gambar 6.21 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1	94
Gambar 6.22 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2	95
Gambar 6.23 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3	95
Gambar 6.24 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Pendidikan Terakhir	97
Gambar 6.25 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Profesi Sesuai KTP	100
Gambar 6.26 Distribusi Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Rata-rata Penghasilan	103
Gambar 6.27 Visualisasi Hasil Penilaian Perbandingan <i>User Experience</i> Go-Ride Dan GrabBike (Data Set 1: Go-Ride, Data Set 2: GrabBike).....	106
Gambar A-1 Tampilan Kuesioner Penelitian 1.....	127
Gambar A-2 Tampilan Kuesioner Penelitian 2.....	128
Gambar A-3 Tampilan Kuesioner Penelitian 3.....	129
Gambar A-4 Tampilan Kuesioner Penelitian 4.....	130
Gambar A-5 Tampilan Kuesioner Penelitian 5.....	131
Gambar A-6 Tampilan Kuesioner Penelitian 6.....	132
Gambar A-7 Tampilan Kuesioner Penelitian 7.....	133
Gambar A-8 Tampilan Kuesioner Penelitian 8.....	134
Gambar A-9 Tampilan Kuesioner Penelitian 9.....	135
Gambar A-10 Tampilan Kuesioner Penelitian 10.....	136
Gambar A-11 Tampilan Kuesioner Penelitian 11.....	137
Gambar A-12 Tampilan Kuesioner Penelitian 12.....	138
Gambar A-13 Tampilan Kuesioner Penelitian 13.....	139
Gambar A-14 Tampilan Kuesioner Penelitian 14.....	140
Gambar A-15 Tampilan Kuesioner Penelitian 15.....	141
Gambar A-16 Tampilan Kuesioner Penelitian 16.....	142
Gambar A-17 Tampilan Kuesioner Penelitian 17.....	143

Gambar A-18 Tampilan Kuesioner Penelitian 18..... 144

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait	9
Tabel 4.1 Item Pertanyaan UEQ [23].....	24
Tabel 4.2 Data Responden yang Dibutuhkan	27
Tabel 4.3 <i>Timeline</i> Penyebaran Data	29
Tabel 5.1 Persebaran Total Kuesioner.....	37
Tabel 5.2 Hasil Awal Uji Reliabilitas Go-Ride	38
Tabel 5.3 Hasil Awal Uji Reliabilitas GrabBike	39
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Go-Ride.....	41
Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas GrabBike	42
Tabel 5.6 Data yang Dihilangkan	42
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Go-Ride	43
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas GrabBike.....	43
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attractiveness</i> Go-Ride	44
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attractiveness</i> GrabBike	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Efficiency</i> Go-Ride	45
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Efficiency</i> GrabBike.....	45
Tabel 5.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perspicuity</i> Go-Ride.....	45
Tabel 5.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perspicuity</i> GrabBike	46
Tabel 5.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Dependability</i> Go-Ride	46
Tabel 5.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Dependability</i> GrabBike	46
Tabel 5.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Stimulation</i> Go-Ride	47
Tabel 5.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Stimulation</i> GrabBike	47
Tabel 5.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Novelty</i> Go-Ride.....	47
Tabel 5.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Novelty</i> GrabBike	48
Tabel 5.21 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 5.22 Usia Responden.....	49
Tabel 5.23 Pendidikan Terakhir Responden.....	52
Tabel 5.24 Profesi Sesuai KTP Responden	53

Tabel 5.25 Rata-Rata Penghasilan Responden	55
Tabel 6.1 Skala Penilaian Rata-Rata (<i>Mean</i>) Kuesioner [39]..	57
Tabel 6.2 Hasil Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Keseluruhan	57
Tabel 6.3 Hasil Analisis <i>User Experience</i> GrabBike Keseluruhan	81
Tabel 6.4 Hasil Penilaian Perbandingan <i>User Experience</i> Go-Ride dan GrabBike	105
Tabel B-1 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Jenis Kelamin.....	145
Tabel B-2 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Umur	147
Tabel B-3 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1	150
Tabel B-4 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2.....	152
Tabel B-5 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3.....	155
Tabel B-6 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4.....	157
Tabel B-7 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1	160
Tabel B-8 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2	162
Tabel B-9 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3	164
Tabel B-10 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Pendidikan Terakhir	167
Tabel B-11 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Profesi Sesuai KTP	170
Tabel B-12 Penilaian <i>User Experience</i> Go-Ride Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan.....	173
Tabel C-1 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Jenis Kelamin.....	176
Tabel C-2 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Umur	178

Tabel C-3 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1.....	181
Tabel C-4 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2.....	183
Tabel C-5 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3.....	186
Tabel C-6 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4.....	188
Tabel C-7 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1	191
Tabel C-8 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2.....	193
Tabel C-9 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3.....	196
Tabel C-10 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Pendidikan Terakhir	198
Tabel C-11 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Profesi Sesuai KTP	201
Tabel C-12 Penilaian <i>User Experience</i> GrabBike Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan.....	204

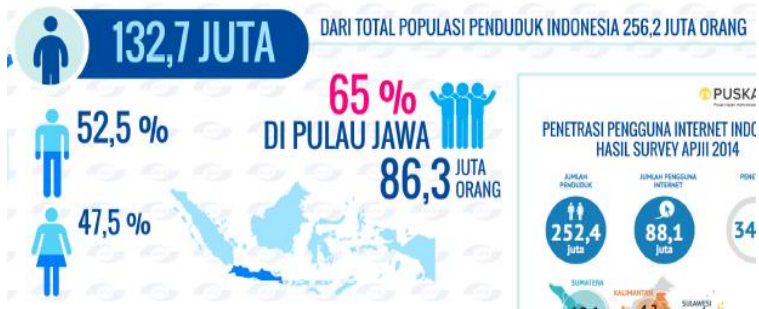
(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan membahas terkait latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan relevansi terhadap pengerjaan tugas akhir.

1.1 Latar Belakang

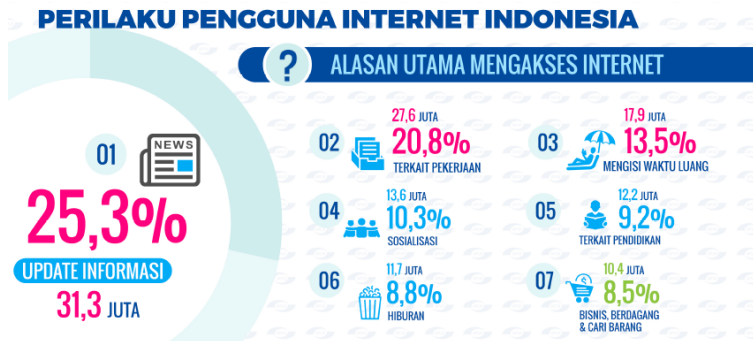
Populasi penduduk Indonesia pada tahun 2016 adalah sebanyak 256,2 juta orang, dari jumlah tersebut sebanyak 132,7 juta merupakan pengguna internet di Indonesia (lihat **Gambar 1.1**) [1].



Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia [1].

Pada pengguna internet yang berjumlah 132,7 juta orang, sebanyak 8,5% atau 10,4 juta pengguna menggunakan internet untuk bisnis, berdagang & mencari barang (lihat **Gambar 1.2**) [1].

Electronic commerce identik dengan melakukan bisnis, berdagang dan mencari barang di internet. *Electronic commerce* mengacu pada penggunaan internet dan intranet untuk membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang, atau layanan [2]. Bisnis *e-commerce* di Indonesia semakin menjanjikan setelah pemerintah menerbitkan paket kebijakan ekonomi XIV [3].



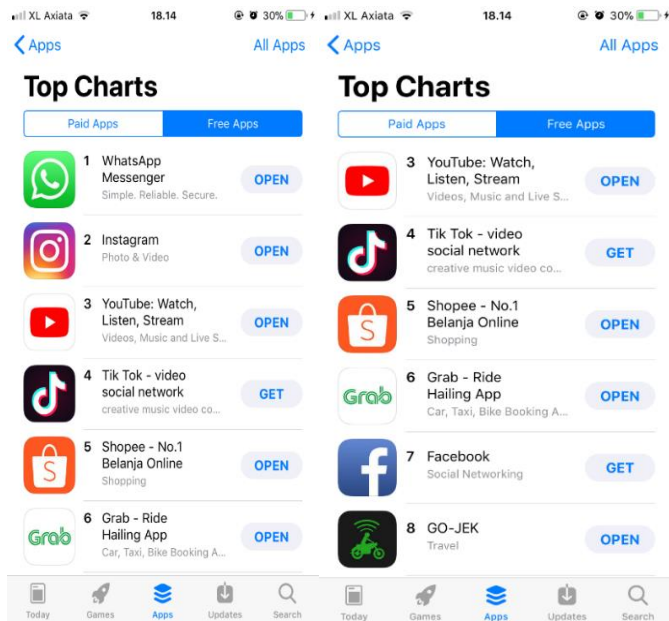
Gambar 1.2 Alasan Utama Mengakses Internet [1].

Paket kebijakan ekonomi XIV bertujuan untuk membuat peta jalan bagi sistem perdagangan nasional berbasis elektronik (*road map e-commerce*) [3]. Penjualan ritel *e-commerce* Indonesia diprediksi akan bernilai hingga 8.5 milyar USD pada tahun 2018 [4]. PFS, sebuah Lembaga konsultan *e-commerce* global memprediksi Indonesia sebagai salah satu pasar *e-commerce* dengan pertumbuhan tercepat di kawasan Asia Pasifik di tahun-tahun mendatang [4]. PFS memperkirakan pasar *e-commerce* akan meningkat lebih dari 239%, dengan total penjualan sekitar 11 milyar USD pada tahun 2018 [4].

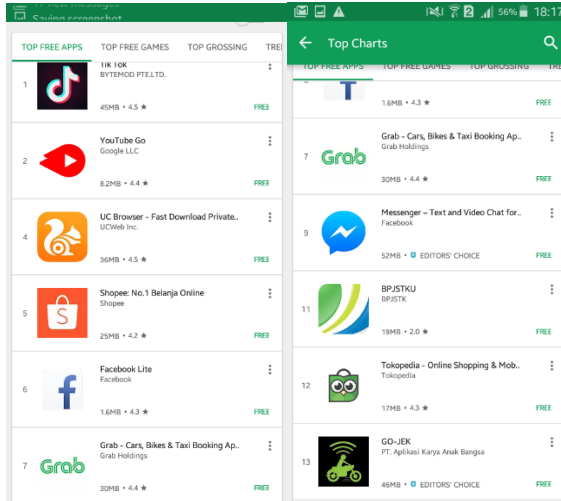
E-commerce tidak akan memberikan *value* tanpa adanya pengguna. Pemilik layanan harus selalu memberikan kepuasan maksimal kepada penggunanya agar terus unggul dalam persaingan industri retail *online*. Salah satu aspek terdekat *e-commerce* dengan pengguna adalah *user interface (UI)*. Pengguna *e-commerce* akan merasakan *user experience (UX)* lewat *user interface (UI)* yang disediakan oleh *e-commerce*. *User experience* merupakan persepsi dan tanggapan orang-orang yang dihasilkan dari penggunaan dan atauantisipasi dari penggunaan produk, sistem atau layanan [5]. *User experience* adalah salah satu bagian dari *Human Computer Interaction (HCI)* [6]. Faktanya, 79% orang yang tidak menyukai apa yang mereka temukan di suatu situs akan memilih tombol kembali dan mencari situs lain [7-8]. Delapan dari sepuluh orang di US (86%) dan 82% di UK menghapus atau *uninstall* setidaknya

satu *mobile application* karena masalah kinerja. Kinerja yang dimaksud adalah fitur pada *mobile application* sering berhenti tiba-tiba saat dibutuhkan [9]. 52% pengguna internet mengatakan bahwa *user experience* pada *mobile sites* yang jelek membuat mereka tidak ingin berurusan kembali dengan perusahaan penyedia layanan tersebut [7]. Ketiga fakta tersebut memiliki satu kesamaan, yakni *user experience* berpengaruh terhadap perilaku pengguna layanan *online*.

Gojek dan Grab adalah *transportation network companies (TNC)* yang mendominasi di Indonesia. Keduanya menjadi *transportation network companies (TNC)* yang paling banyak diunduh di *GooglePlay* dan *AppleStore*. Pada 26 Februari 2018 Grab menduduki peringkat 6 *top free apps* pada *AppleStore* dan Gojek mendapatkan peringkat 8 (lihat **Gambar 1.3**) [10]. Sedangkan pada *GooglePlay* Grab menduduki peringkat 7 *top free apps* dan Gojek mendapat peringkat 13 (lihat **Gambar 1.4**) [11].



Gambar 1.3 Top Free Apps AppleStore



Gambar 1.4 Top Free Apps GooglePlay

TNC di Amerika, negara tempat dimana *TNC* berawal, menyediakan jasa transportasi taksi/mobil *online*. Namun, di Indonesia transportasi *online* dibuat lebih bervariasi dengan dimunculkannya layanan ojek *online*. Perusahaan penyedia jasa ojek *online* perlu untuk meningkatkan performa produknya. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan *user experience* penggunaannya. Untuk itu dibutuhkan adanya evaluasi *user experience* ojek *online*. Evaluasi bisa dilakukan dengan menilai *user experience* ojek *online*. Kemudian membandingkan hasil penilaian dari *user experience* ojek *online* lainnya.

Mengacu pada permasalahan diatas. Penulis ingin mengetahui seberapa baik Gojek dan Grab memberikan *user experience* kepada pengguna ojek *onlinenya*. Penelitian ini berfokus pada menganalisis *user experience* ojek *online*, khususnya pengguna Go-Ride dan GrabBike. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi *user experience* ojek *online*, khususnya Go-Ride dan GrabBike. Evaluasi yang dilakukan adalah menilai *user experience* ojek *online* dan membandingkan hasil penilaiannya dengan ojek *online* lainnya. Sehingga nantinya akan menunjang

tujuan dari penulisan penelitian ini, yaitu menilai dan membandingkan *user experience* dari pengguna Go-Ride dan GrabBike sebagai bahan evaluasi perusahaan penyedia jasa ojek *online*.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah penilaian *user experience* pada Go-Ride dan GrabBike serta adanya perbedaan signifikan dari kedua ojek *online* tersebut. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan penyedia jasa ojek *online* untuk mendapatkan bahan evaluasi demi meningkatkan performa *user experience* produknya. Dalam hal ini menggunakan studi kasus Go-Ride dan GrabBike sebagai TNC terbesar di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari tugas akhir ini, yaitu :

1. Bagaimana penilaian *user experience* Go-Ride?
2. Bagaimana penilaian *user experience* GrabBike?
3. Bagaimana perbandingan penilaian *user experience* Go-Ride dengan GrabBike?

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian tugas akhir ini terdapat batasan masalah dari objek penelitian yang akan diteliti, yaitu:

1. Tugas Akhir ini merupakan *cross sectional research* pada tahun 2018. *Cross sectional research* adalah penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, seperti status sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, dan etnisitas. Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia.
2. Responden dalam tugas akhir ini adalah masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan Go-Ride dan GrabBike minimal dua kali.
3. Jumlah responden dalam tugas akhir ini adalah 400.

4. Pengambilan data tugas akhir dari 26 Februari 2018 sampai 6 April 2018.
5. Evaluasi yang diberikan hanya sampai penilaian *user experience* dan perbandingan penilaian *user experience*, tidak sampai rekomendasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian tugas akhir ini adalah untuk memberikan evaluasi *user experience* ojek *online* dengan menilai *user experience* ojek *online* tersebut dan membandingkan hasil penilaiannya dengan ojek *online* saingannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. GoJek
Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan penilaian *user experience* terhadap layanan Go-Ride, dan perbandingan penilaian *user experience* Go-Ride dengan saingannya yaitu GrabBike. Sehingga nantinya Gojek dapat melakukan perbaikan terhadap *user experience* dan memberikan layanan terbaik kepada pengguna.
2. Grab
Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan penilaian *user experience* terhadap layanan GrabBike, dan perbandingan penilaian *user experience* GrabBike dengan saingannya yaitu Go-Ride. Sehingga nantinya Grab dapat melakukan perbaikan terhadap *user experience* dan memberikan layanan terbaik kepada pengguna.
3. Dari sisi akademik
Mengetahui gambaran umum *user experience* pengguna layanan ojek *online* (Gojek dan Grab) dari faktor *attractiveness*, *efficiency*, *perspicuity*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*.

1.6 Relevansi

Laboratorium Sistem Enterprise (SE) Jurusan Sistem Informasi ITS memiliki empat topik utama yaitu *customer relationship management* (CRM), *enterprise resource planning* (ERP), *supply chain management* (SCM) dan *business process management* (BPM) seperti yang terdapat pada **Gambar 1.5**. Topik yang berkaitan dengan tugas akhir “Analisis Pengalaman Pengguna Ojek Online (Studi Kasus: Go-Ride dan GrabBike)” adalah *user experience analysis* sebagai bagian dari *customer relationship management* (CRM) dan *e-business*.



Gambar 1.5 Kerangka Kerja Riset Laboratorium Sistem Enterprise

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai penelitian sebelumnya dan dasar teori yang dijadikan acuan atau landasan dalam pengerjaan tugas akhir ini. Landasan teori akan memberikan gambaran secara umum dari landasan penjabaran tugas akhir ini.

2.1 Studi Sebelumnya

Penelitian yang memiliki topik serupa ataupun menjadi dasar penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 2.1**.

Tabel 2.1 Penelitian Terkait

Judul Paper	Deskripsi Umum Penelitian	Keterkaitan Penelitian
<i>Research-in-Progress: User experience Evaluation of Student Centered e-Learning Environment for Computer Science</i> [12].	Evaluasi mengenai keefektifan sistem <i>e-Learning</i> yang digunakan oleh dosen dan mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi <i>user experience</i> saat siswa menggunakan <i>SCELE (Student Centered E-Learning Environment)</i> . Pendekatan multi-metode digunakan untuk melakukan penelitian. 113 siswa yang terdaftar dalam program Ilmu Komputer diundang untuk mengevaluasi <i>SCELE</i> .	Literatur ini dapat digunakan sebagai acuan dikarenakan penerapan metode yang sama yaitu <i>UEQ (User experience Questionnaire)</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor untuk semua skala menggambarkan aspek kualitas pragmatis (Efisiensi, Ketangkasan, Ketergantungan) bagus, yaitu di atas 0,800. Skala yang menggambarkan kualitas hedonis (Stimulasi dan Orisinalitas), yaitu menyenangkan untuk digunakan, menunjukkan evaluasi netral.
<i>Attractiveness of Social Platforms: An investigation of StudiVZ</i> [13].	Penelitian ini meneliti <i>StudiVZ</i> (platform media sosial paling terkenal bagi siswa di Jerman) untuk mengetahui dimensi	Literatur ini dapat digunakan sebagai acuan karena pemakaian metodologi yang sama

Judul Paper	Deskripsi Penelitian Umum	Keterkaitan Penelitian
	<p>kualitas mana yang mempengaruhi daya tarik perangkat lunak sosial yang dirasakan. Hasilnya mengatakan bahwa rangsangan dimensi kualitas hedonis dari UEQ paling berpengaruh pada daya tarik umum antarmuka pengguna. Pengaruh ini meningkat dengan intensitas penggunaan platform sosial. Intervensi dalam kualitas hedonis menutupi yang lain karena sangat relevan, tidak hanya untuk kesan pertama, tetapi juga bagi pengguna yang berinteraksi dengan sistem.</p>	<p>yaitu pemakaian <i>user experience questionnaire</i>.</p>
<p>Pengukuran <i>user experience</i> Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akademik [14].</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada evaluasi Sistem informasi akademik yang disediakan oleh UNMUL disebut dengan Portal Akademik. Evaluasi yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan <i>user experience (UX)</i>. Pengukuran <i>user experience</i> atau <i>UX</i> menggunakan framework HEART dan PULSE dan menggunakan bentuk konstruk pengukuran <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan sebuah</p>	<p>Literatur ini dapat digunakan sebagai acuan menggunakan <i>UEQ</i> sebagai metode pengumpulan datanya.</p>

Judul Paper	Deskripsi Penelitian Umum	Keterkaitan Penelitian
	sistem informasi akademik. Populasi melibatkan pengguna yaitu para Dosen yang mengajar di UNMUL Samarinda.	

2.2 Dasar Teori

2.2.1 *Transportation Network Companies (TNC)*

Transportation Network Companies (TNC) adalah bisnis yang menyediakan layanan transportasi dengan menggunakan teknologi digital yang menghubungkan penumpang dengan pengemudi yang menggunakan kendaraan pribadi mereka untuk menyediakan tumpangan. Layanan ini juga disebut dengan *ride sourcing* atau *ride hailing* [15].

California Public Utilities Commission (CPUC), lembaga resmi yang berhak memberikan regulasi terhadap TNC yang sudah berkembang pesat di Amerika seperti *Uber*, *Lyft* dan *Sidocar* mendefinisikan TNC seperti sebuah perusahaan (bermitra ataupun pemilik tunggal) atau bentuk lain yang menyediakan jasa transportasi yang sudah diatur sebelumnya untuk kompensasi dan lain-lain menggunakan aplikasi *online enabled* atau platform untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi. Pengemudi TNC menggunakan kendaraan pribadi mereka [16].

Dalam undang-undang Texas (RUU Rumah Tangga [HB] 1733, Sesi Ke-84 84, dikodifikasikan sebagai Bab 1954 baru, Kode Asuransi), sebuah TNC didefinisikan sebagai "perusahaan, kemitraan, kepemilikan tunggal, atau entitas lain yang beroperasi di negara bagian ini yang menggunakan jaringan digital untuk menghubungkan pengendali perusahaan jaringan transportasi ke pengemudi perusahaan jaringan transportasi untuk perjalanan yang sudah diatur sebelumnya". Di negara bagian lain, definisi TNC biasanya mencakup elemen berikut [17]:

1. Penggunaan platform digital atau aplikasi perangkat lunak, biasanya diakses melalui smartphone.
2. Perjalanan yang sudah diatur sebelumnya antara supir dan penumpang.
3. Sopir menggunakan kendaraan pribadi untuk menyediakan transportasi.

TNC menyediakan layanan *ride-sourcing* yang beroperasi seperti taksi tradisional: seorang asing meminta tumpangan dan membayar sopir yang menyediakan layanan tersebut. Penumpang harus mendownload aplikasi *TNC* (biasanya gratis) ke *smartphone*, *tablet*, atau komputer dan mendaftar dengan kartu kredit yang valid. Aplikasi perangkat lunak *TNC* memfasilitasi permintaan naik, menghubungkan penumpang ke pengemudi, menggunakan sistem penentuan posisi global (*GPS*) untuk menavigasi ke lokasi pengambilan dan penurunan, dan berbagi kemajuan kendaraan dan perkiraan kedatangan dengan pengemudi maupun penumpang. Setelah perjalanan selesai, aplikasi secara otomatis mengenakan tarif ke kartu kredit terkait, mencatat perjalanan, dan menghasilkan tanda terima [17]. Namun di Indonesia, layanan *TNC* sudah lebih fleksibel karena bisa membayar uang cash dan tidak diwajibkan daftar menggunakan kartu kredit.

TNC adalah model bisnis yang inovatif dan dianggap contoh dari apa yang disebut sebagai *sharing economy*. Sama seperti *sharing economy*, *TNC* juga menerapkan konsep *car sharing* dan *ride sharing*. Prinsip *sharing economy* memungkinkan orang untuk berbagi barang dan jasa dengan menggunakan platform internet dan aplikasi *Information and Communication Technology (ICT)*. Prinsip *sharing economy* mempertemukan konsumen yang memiliki sumber daya kendaraan pribadi atau keterampilan mengemudi dengan konsumen yang membutuhkan pelayanan transportasi dengan biaya transaksi yang wajar [16].

2.2.2 *User Experience*

Menurut ISO 9241-210:2010 *user experience* merupakan persepsi dan tanggapan orang-orang yang dihasilkan dari penggunaan dan atau antisipasi dari penggunaan produk, sistem atau layanan [5]. Pergeseran *usability* ke ruang lingkup *UX* disebabkan oleh kemajuan teknologi yang menyebabkan hampir semua aktivitas manusia tidak lepas dari teknologi. Dimana *UX* dapat memahami perasaan, motivasi dan nilai-nilai yang lebih dari sebuah produk, sehingga pengguna mendapatkan nilai lebih dari pada efisiensi, efektivitas dan kepuasan subjektif [18]. *UX* memahami bagaimana perasaan seseorang ketika berhadapan langsung dengan sebuah sistem informasi, dimana sistem informasi tersebut bisa berupa situs web, aplikasi web, atau perangkat lunak [19].

2.2.3 *User Experience Questionnaire (UEQ)*

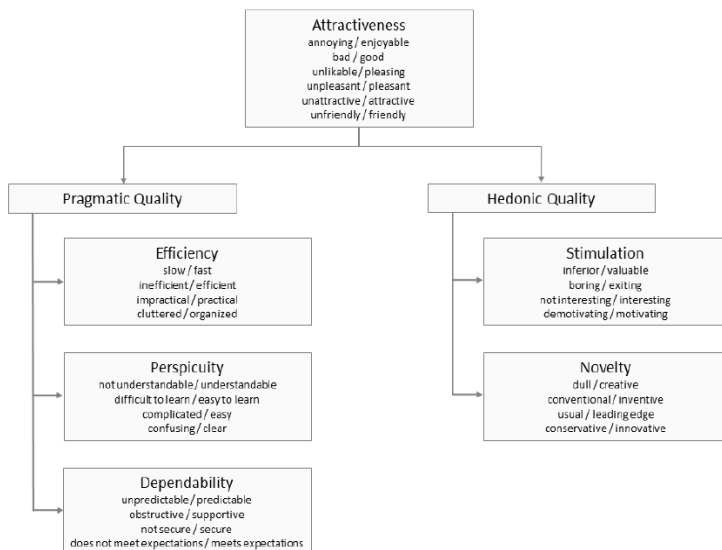
Cara paling efisien dalam mengukur *user experience* adalah dengan menggunakan kuesioner, terutama jika kuesioner tersebut digunakan sebagai *online tools* [20]. *User experience Questionnaire (UEQ)* sebagai sebuah metode pengukuran *UX*, dimana menggunakan kuesioner sebagai alat utamanya untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna ketika menggunakan sebuah produk [21]. UEQ dinilai lebih efektif dan tidak memakan banyak waktu. Pengguna dibuat menjawab pertanyaan secara spontan dan cepat sehingga terhindar dari pernyataan yang tidak jelas mengenai produk [21]. UEQ asli versi jerman diciptakan tahun 2005 dengan pendekatan analisis data untuk memastikan relevansi secara praktis dari skala yang dibangun, dimana sesuai dengan aspek kualitas yang berbeda [22].

Tujuan utama dari *User experience Questionnaire (UEQ)* adalah untuk memungkinkan pengukuran *user experience* produk interaktif secara cepat dan tepat [23]. UEQ telah diterapkan dalam berbagai konteks penelitian, misalnya untuk evaluasi perangkat lunak bisnis [24], alat pengembangan [25], situs web dan layanan web [26], atau jaringan sosial [26].

Kuesioner *user experience* berisi enam skala dengan total 26 item [23]:

1. ***Attractiveness (Daya Tarik)***: Kesan umum terhadap produk. Apakah pengguna suka atau tidak menyukai produknya? Item: mengganggu/menggembirakan, baik/buruk, tidak disukai/disukai, tidak menyenangkan/menyenangkan, menarik/tidak menarik, rama /tidak bersahabat.
2. ***Efficiency (Efisiensi)***: Apakah memungkinkan menggunakan produk dengan cepat dan efisien? Apakah antarmuka pengguna terlihat terorganisir? Item: cepat/lambat, tidak efisien/efisien, tidak praktis/praktis, teratur/berantakan.
3. ***Perspiciuity (Kejelasan)***: Apakah mudah untuk mengerti bagaimana cara menggunakan produk? Apakah mudah untuk terbiasa dengan produk ini? Item: tidak bisa dimengerti/mudah dimengerti, mudah dipelajari/sulit dipelajari, rumit/mudah, jelas/membingungkan.
4. ***Dependability (Ketepatan)***: Apakah pengguna merasa dikendalikan saat berinteraksi dengan produk? Apakah interaksi dengan produk aman dan dapat diprediksi? Item: tidak dapat diprediksi/dapat diprediksi, menghalangi/mendukung, aman/tidak aman, memenuhi harapan/tidak memenuhi harapan.
5. ***Stimulation (Stimulasi)***: Apakah menarik dan mengasyikkan dalam menggunakan produk? Apakah pengguna merasa termotivasi untuk lebih menggunakan produk? Item: berharga/rendah, membosankan/seru, tidak menarik/menarik, memotivasi/mendemotivasi.
6. ***Novelty (Kebaruan)***: Apakah desain produknya inovatif dan kreatif? Apakah produk menarik perhatian pengguna? Item: kreatif/membosankan, berdaya cipta/tradisional, biasa/terdepan, sederhana/inovatif.

Perspicuity (kejelasan) , *efficiency* (efisiensi) dan *Dependability* (ketepatan) berorientasi pada tujuan, aspek kualitas pragmatis. *Stimulation* (stimulasi) dan *Novelty* (kebaruan) adalah aspek kualitas hedonik yang tidak berorientasi pada tujuan [27]. Dr. Martin Schrepp dalam *user experience questionnaire handbook* menunjukkan struktur skala dari UEQ yang dapat dilihat pada **Gambar 2.1** [28].



Gambar 2.1 Struktur Skala UEQ

Item kuesioner UEQ versi Indonesia dapat diperoleh dari website <http://www.ueq-online.org/> secara gratis [29]. Item UEQ versi Indonesia dapat dilihat pada **Gambar 2.2**.

Menurut Laugwitz, dkk pemberian skala tujuh tahap bertujuan untuk mengurangi bias kecenderungan pusat [23]. Item diberi skala dari -3 sampai +3. Jadi, -3 mewakili jawaban paling negatif, 0 jawaban netral, dan +3 jawaban paling positif. Nilai skala di atas +1 menunjukkan kesan positif pengguna mengenai skala ini, nilai di bawah -1 adalah kesan negatif. Karena efek jawaban yang terkenal, seperti penghindaran ekstrem, skala yang diamati berarti umumnya berkisar dari -2 sampai +2. Nilai

yang lebih ekstrem jarang diamati, jadi nilai mendekati +2 menunjukkan kesan peserta yang sangat positif dan mendekati optimal [20].

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

Gambar 2.2 Item Kuesioner UEQ Versi Indonesia [29].

2.2.4 *T-Test*

Jonathan Sarwono dalam bukunya menjabarkan bahwa *T-Test* atau biasa dikenal dengan *T-Test* sebagai salah satu pengujian dalam riset yang bertujuan untuk melakukan perbandingan rata-rata dari dua sampel yang berbeda [30].

Kriteria yang digunakan dalam *T-Test* adalah seperti dibawah ini:

- Jika *t hitung* (t_o) < *t table* maka *H0* diterima dan *H1* ditolak
 - Jika *t hitung* (t_o) > *t table* maka *H0* ditolak dan *H1* diterima
- T table* yang digunakan adalah default $\alpha = 0,05$ [29].

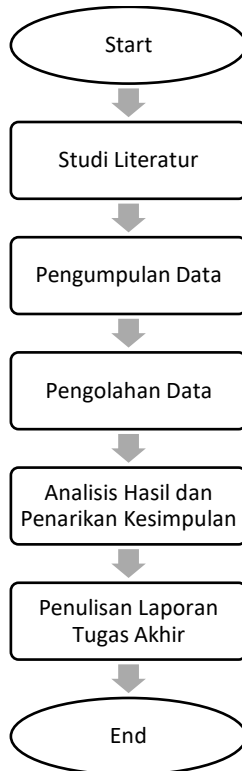
(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB III METODOLOGI

Pada bab ini menjelaskan terkait metodologi yang akan digunakan sebagai panduan untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini.

3.1 Tahapan Pelaksanaan Tugas Akhir

Diagram metodologi dapat dilihat pada **Gambar 3.1** untuk pengerjaan penelitian tugas akhir.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.2 Penjabaran Metodologi Penelitian

Berikut ini merupakan penjelasan-penjelasan uraian dari metodologi pengerjaan tugas akhir:

3.2.1 Studi Literatur

Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan berbagai data dan informasi serta mengkaji pustaka tentang konsep serta metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan. Selain itu dilakukan pula pengumpulan informasi terkait objek yang diambil. Sumber informasi yang bisa digunakan yaitu dengan mencari paper, jurnal, buku, laporan penelitian ataupun tugas akhir terkait permasalahan yang ada. Dari studi literatur yang dilakukan maka didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi permasalahan dan juga batasan dari permasalahan. Setelah mengetahui permasalahan, faktor-faktor yang mempengaruhi permasalahan dan juga batasannya, maka langkah berikutnya yaitu menentukan metode penyelesaian permasalahan. Untuk memilih metode yang sesuai dengan permasalahan, maka diperlukan analisis terhadap metode-metode yang telah ada yang berasal dari laporan penelitian dengan permasalahan yang sama.

3.2.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif berupa penyebaran kuesioner secara offline dan *online* kepada responden terkait. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data terstruktur yang terdiri atas satu seri pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan UEQ. Peneliti akan meminta responden untuk mengisi sendiri (*self administered questionnaire*) sejumlah pertanyaan dan pernyataan seputar variabel penelitian. Sampel pada penelitian ini sejumlah 400. Jumlah tersebut mengacu pada perhitungan rumus slovin [31]:

Grab :

$$n = N/(1 + Ne^2) \dots \dots \dots [31]$$

n = Number of samples

N = Total population (30.000.000 [32])

e = Error tolerance (untuk sosial dan pendidikan lazimnya 0,05)

$$n = 30.000.000 / (1 + (30.000.000 * 0,05^2))$$

$$= 399,994 = 400$$

Gojek :

$$n = N/(1 + Ne^2) \dots \dots \dots [31]$$

n = Number of samples

N = Total population (40.000.000 [33])

e = Error tolerance (untuk sosial dan pendidikan lazimnya 0,05)

$$n = 40.000.000 / (1 + (40.000.000 * 0,05^2))$$

$$= 399,996 = 400$$

3.2.3 Pengolahan Data

Data dari kuesioner yang sebelumnya telah terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif yang dilakukan adalah uji reliabilitas dan uji validitas. Dalam bukunya berjudul “*Valid Useful User Experience Measurement*” Nigel Bevan dkk mengatakan bahwa untuk menguji reliabilitas dari *user experience* adalah dengan melihat hasil dari *Cronbach Alpha* (α) lebih dari 0.6 [34]. Sedangkan, uji validitas menurut Sugiyono dilakukan dengan memastikan bahwa nilai *r hitung* > *r table* [35]. Uji validitas dengan menggunakan empat ratus ($n = 400$) responden sebagai sampel uji coba, sehingga *r table* adalah 0,098 [36]. Setelah data dinyatakan konsisten, reliabel dan valid, kemudian dilakukan perhitungan menggunakan tools UEQ (*User Experience Questionnaire*) untuk mengukur *user experience* masing-masing

TNC dan membandingkan kedua TNC tersebut. Perbandingan *user experience* dengan menggunakan *T-Test* dan hipotesis *one-tail*.

3.2.4 Analisis Hasil dan Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini dilakukan analisis dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Data penilaian *user experience* Go-Ride, GrabBike serta penilaian perbandingan *user experience* Go-Ride dan GrabBike dianalisis untuk mendapatkan hasil penelitian. Kemudian dilakukan wawancara kepada pengguna Go-Ride dan GrabBike untuk mendapatkan keterangan pendukung atas hasil penelitian. Wawancara akan direkam dengan *recorder* dan akan dicatat dalam bentuk transkrip wawancara. Hasil analisis dan hasil wawancara kemudian disimpulkan sehingga menjawab pertanyaan yang ada pada rumusan masalah.

3.2.5 Penyusunan Laporan Tugas Akhir

Penyusunan laporan merupakan tahap akhir dari proses-proses yang telah dilakukan sebelumnya. Disini dilakukan dokumentasi terhadap proses-proses yang telah dilakukan dan kesimpulan dari permasalahan yang didapatkan. Seluruh pelaksanaan ataupun pengerjaan tugas akhir ini akan didokumentasikan dengan mengikuti format yang telah ditetapkan oleh laboratorium Sistem Enterprise (SE) serta yang berlaku di Jurusan Sistem Informasi ITS.

BAB IV

PERANCANGAN KUESIONER

Pada bab ini dijelaskan perancangan awal yang diperlukan sebelum melakukan penelitian tugas akhir. Bab ini mencakup metode-metode dalam persiapan penelitian tugas akhir disertai penjelasannya.

4.1 Penentuan Objek Penelitian

Sebelum penelitian dilakukan, objek yang digunakan pada penelitian didefinisikan. Hal ini berguna untuk mengidentifikasi studi kasus penelitian. Pendefinisian objek dengan menggunakan pemilihan *Transportation Network Companies (TNC)* yang ada di Indonesia. Pemilihan *Transportation Network Companies (TNC)* dengan melakukan komparasi aplikasi pada *AppleStore* dan *GooglePlay*. Grab merupakan *Transportation Network Companies (TNC)* yang paling unggul dibanding yang lain. Grab mendapatkan peringkat 6 *top free apps* pada *AppleStore* dan 7 *top free apps* pada *GooglePlay*. Sedangkan Gojek adalah *Transportation Network Companies (TNC)* kedua yang menduduki peringkat 8 *top free apps* pada *GooglePlay* dan peringkat 13 *top free apps* pada *AppleStore*. Data ini diakses pada tanggal 26 Februari 2018. Sehingga objek penelitian yang digunakan pada penelitian tugas akhir ini adalah aplikasi Go-Ride dari *Transportation Network Companies (TNC)* Gojek dan aplikasi GrabBike dari *Transportation Network Companies (TNC)* Grab.

4.2 Penentuan Subjek Penelitian

Selain mendefinisikan objek penelitian, dilakukan juga pendefinisian subjek yang akan digunakan dalam mengidentifikasi studi kasus penelitian. Pada penelitian tugas akhir ini subjek yang digunakan adalah pengguna *Transportation Network Companies (TNC)* Go-Ride dan *Transportation Network Companies (TNC)* GrabBike di Indonesia. Objek dan subjek digunakan untuk mengidentifikasi

studi kasus penelitian tugas akhir. Penelitian dilakukan dengan output berupa hasil komparasi penilaian, gambaran *user experience*, dan rekomendasi elemen dari aplikasi ojek *online* yang perlu diperbaiki atau dikembangkan.

4.3 Perancangan Pengumpulan Data

Tahapan ini berisi penjelasan mengenai perancangan pengumpulan data. Dilakukan perancangan pengumpulan data melalui survey. Survey diadakan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang dirancang diadaptasi dari *User Experience Questionnaire (UEQ)* [23]. Kuesioner berisi 6 variabel yang nantinya akan dianalisis. Analisis diperlukan untuk menilai dan melakukan evaluasi *user experience*. 6 variabel yang akan dianalisis adalah *attractiveness*, *efficiency*, *perspicuity*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*. Item dari UEQ dapat dilihat pada **Tabel 4.1**.

Tabel 4.1 Item Pertanyaan UEQ [23]

Variabel	Item		Kode Item
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak Memuaskan	Memuaskan	ATT1
	Baik	Buruk	ATT2
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2
	Rumit	Sederhana	PER3
	Jelas	Membingungkan	PER4
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1
	Tidak efisien	Efisien	EFF2

Variabel	Item		Kode Item
	Tidak praktis	Praktis	EFF3
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1
	Menghalangi	Mendukung	DEP2
	Aman	Tidak aman	DEP3
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2
	Tidak menarik	Menarik	STI3
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2
	Lazim	Terdepan	NOV3
	Konservatif	Inovatif	NOV4

Kuesioner yang disebarakan kepada responden dibagi menjadi 3 bagian, *screening question*, data responden, dan item UEQ.

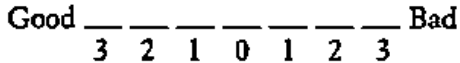
4.3.1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini dirancang dan diadaptasi dari *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Kuesioner mempunyai 6 variabel. Setiap variable mempunyai beberapa item pertanyaan. *Attractiveness* mempunyai 6 item pertanyaan, *efficiency* mempunyai 4 item pertanyaan, *perspicuity* mempunyai 4 item pertanyaan, *dependability* mempunyai 4 item pertanyaan, *stimulation* mempunyai 4 item pertanyaan, dan terakhir *novelty* mempunyai 4 item pertanyaan. Total item pertanyaan adalah 26. 26 item pertanyaan disajikan dalam format seven stage *semantic*

differential. *Semantic differential* merupakan teknik yang menggunakan satu set kata sifat bipolar yang didefinisikan dengan kata sifat yang kontras di akhir [37].

Setiap interval mewakili suatu besaran tertentu, secara implisit atau secara eksplisit dinyatakan oleh quantifiers. Sedangkan central quantifier adalah titik asal dan netral. Interval menerima nilai numerik seperti 3, 2, 1, 0, 1, 2, 3 atau 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 [38].

Untuk nilai numerik 3, 2, 1, 0, 1, 2, 3 posisi 3 memiliki label sangat, posisi 2 memiliki label cukup, posisi 1 memiliki label sedikit, dan posisi 0 memiliki label netral. Sedangkan untuk nilai numerik 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 posisi 1 & 7 memiliki label sangat, posisi 2 & 6 memiliki label cukup, posisi 3 & 5 memiliki label sedikit, dan posisi 4 memiliki label netral. Labeling dan skala *semantic differential* mengukur arah reaksi (misalnya, baik versus buruk) dan juga intensitas (sedikit sampai sangat). Contoh dari skala *semantic differential* dapat dilihat pada **Gambar 4.1**.



Gambar 4.1 Contoh Skala Semantic Differential

Kuesioner terdiri atas 3 bagian yaitu *screening question*, data responden, dan item pertanyaan (UEQ). Pada bagian *screening question* dapat dilihat pada **Gambar 4.2**.

Apakah anda pernah mengakses/menggunakan aplikasi Go-Ride layanan dari Gojek? *

- Ya
- Tidak (Anda tidak perlu melanjutkan kuesioner ini. Terimakasih)

Apakah anda pernah mengakses/menggunakan aplikasi GrabBike layanan dari Grab? *

- Ya
- Tidak (Anda tidak perlu melanjutkan kuesioner ini. Terimakasih)

Gambar 4.2 Screening Question Pada Kuesioner

Pada bagian *screening question* dipastikan bahwa responden yang mengisi pernah menggunakan Go-Ride dan GrabBike.

Data responden yang dibutuhkan dapat dilihat pada **Tabel 4.2**.

Tabel 4.2 Data Responden yang Dibutuhkan

Data Responden	Keterangan
Nama	Sebagai identitas responden yang telah bersedia mengisi kuesioner
Nomor HP	Sebagai bukti pendukung dalam melakukan validasi bahwa responden memang orang yang berniat mengisi kuesioner
Jenis Kelamin	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini <i>gender</i> . Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Usia	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini usia. Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Kota Kelahiran	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini etnisitas. Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Kota Tempat Tinggal	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini lingkungan hidup. Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Pendidikan Terakhir	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini latar belakang pendidikan.

Data Responden	Keterangan
	Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Profesi Sesuai KTP	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini status sosial. Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Rata-Rata Penghasilan	Sebagai data pendukung <i>cross sectional research</i> , yakni penelitian yang menggunakan berbagai kelompok individu yang berbeda dalam variabel minat namun memiliki karakteristik lain, dalam hal ini status sosial ekonomi. Sehingga diharapkan dapat merepresentasikan penduduk Indonesia
Kapan terakhir kali menggunakan Go-Ride dan GrabBike	Sebagai bukti validasi bahwa pengguna yang mengisi kuesioner merupakan pengguna Gojek dan Grab selama kurun waktu tahun 2018

1 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride secara keseluruhan tidak memuaskan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride secara keseluruhan memuaskan

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike secara keseluruhan tidak memuaskan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike secara keseluruhan memuaskan

Gambar 4.3 Bagian Pertanyaan Kuesioner *User Experience*

Kemudian pada bagian pertanyaan kuisioner. Pertanyaan kuisioner merupakan item dari UEQ. Pertanyaan kuisioner wajib diisi semua oleh responden. Item yang ada pada kuisioner

berdasarkan 6 variable yang mempengaruhi *user experience* yaitu: *attractiveness*, *efficiency*, *perspicuity*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*. Tampilan kuisisioner dimana setiap itemnya digunakan untuk melakukan penilaian dan pengukuran *user experience* dapat dilihat pada **Gambar 4.3**.

4.3.2 Penyebaran Kuesioner

Metode yang digunakan untuk menyebar kuesioner adalah metode *online*, namun untuk pendekatan kepada responden menggunakan metode offline dan *online*. Penjabaran *timeline* penyebaran data dapat dilihat pada **Tabel 4.3**.

Tabel 4.3 Timeline Penyebaran Data

Jangka Waktu	Jenis Penyebaran Data
26 Februari 2018	Membuat post pada <i>profile</i> Line untuk kemudian disebarakan melalui <i>timeline</i> Line
26 - 28 Februari 2018	Menyebarkan kuesioner melalui chat perorangan line dan whatsapp. Chat secara personal dilakukan untuk meminta bantuan mengisi kuesioner dan membantu menyebarkan kuesioner
26 - 28 Februari 2018	Melakukan penyebaran kuesioner melalui berbagai grup Line pribadi yang beranggota aktif
1 - 25 Maret 2018	Melakukan penyebaran kuesioner melalui pendekatan personal kepada pengguna ojek <i>online</i> yang baru dikenal (<i>door-to-door</i>) dari teman dan kerabat. Dilakukan juga penyebaran kepada para PNS dan kenalan di kota Madiun. Kemudian dilakukan penyebaran melalui Instagram (fitur <i>instastory</i>) dan meminta bantuan teman dan kerabat untuk membantu menyebarkan melalui Instagram (fitur <i>instastory</i>)

Jangka Waktu	Jenis Penyebaran Data
5 Maret 2018	Kembali membuat post pada <i>profile</i> Line untuk kemudian disebarakan melalui <i>timeline</i> Line
29 Maret 2018	Untuk ketiga kalinya kembali membuat post pada <i>profile</i> Line untuk kemudian disebarakan melalui <i>timeline</i> Line
31 Maret – 6 April 2018	Melakukan penyebaran melalui <i>thread</i> twitter dan diretweet oleh forum mahasiswa yang ada di twitter (@Jogjastudents)
19 – 20 Mei 2018	Melakukan penyebaran melalui pendekatan personal kepada driver ojek <i>online</i> untuk mau membantu menyebarkan kuesioner kepada penumpangnya dan grup ojek <i>online</i>

Dibuat kuesioner *online* dengan memanfaatkan fitur yang disediakan oleh google yaitu google form. Kuesioner dapat diakses pada **intip.in/skripsininda**. Tampilan kuesioner dapat dilihat pada **Gambar 4.4**.

4.4 Perancangan Pengelolaan Data

Setelah data hasil penyebaran kuesioner didapatkan, langkah selanjutnya adalah pengelolaan data. Pengelolaan data hasil penyebaran kuesioner dengan menggunakan tools yang disediakan Microsoft yakni Microsoft Excel. Microsoft Excel yang digunakan sudah dilengkapi dengan perhitungan analisis data. Tools didapatkan dari *ueq-online.org*. Data mentah hasil dari penyebaran kuesioner dimasukkan kedalam tools Microsoft Excel yang telah didapatkan. Tools Microsoft Excel tersebut akan secara otomatis menghitung nilai dari 6 variabel. Tools tersebut juga akan menampilkan diagram untuk memvisualisasikan hasil dari setiap olahan data yang dihasilkan, memberikan kalkulasi atas dasar indikator statistik

yang dibutuhkan sebagai interpretasi data (rata-rata untuk setiap variable dan item).

Pengalaman Pengguna Go-Ride dan GrabBike

Halo!

Perkenalkan, saya Ninda Okta Fajariyanti mahasiswa S1 Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya.

Saat ini saya sedang menyelesaikan tugas akhir dengan topik user experience/pengalaman pengguna.

Untuk menyelesaikan tugas akhir saya tersebut, saya membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- Pernah mengakses/menggunakan aplikasi Go-Ride (layanan ojek online dari Gojek)
- Pernah mengakses/menggunakan aplikasi GrabBike (layanan ojek online dari Grab)

untuk menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian tugas akhir saya.

Segala data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Akan ada hadiah berupa pulsa senilai 25 ribu bagi Bapak/Ibu/Saudara/i beruntung yang sudah bersedia membantunya!

Perlu diingat bahwa jawaban anda semua adalah BENAR!

Disarankan untuk dilokai di Desktop :)

Hormat saya,
Ninda Okta Fajariyanti
nindaoktafajariyanti14@mahasiswa.its.ac.id
081945590699

* Wajib

Screening Question

Apakah anda pernah mengakses/menggunakan aplikasi Go-Ride layanan dari Gojek? *

Ya

Tidak (Anda tidak perlu melanjutkan kuesioner ini. Terimakasih)

Apakah anda pernah mengakses/menggunakan aplikasi GrabBike layanan dari Grab? *

Ya

Tidak (Anda tidak perlu melanjutkan kuesioner ini. Terimakasih)

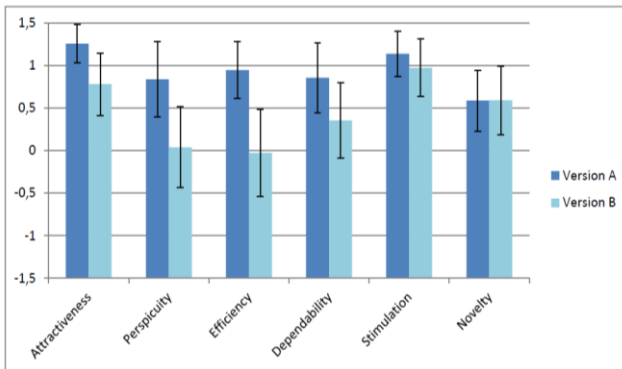
Gambar 4.4 Tampilan Kuesioner *User Experience Go-Ride dan GrabBike Online*

Contoh perbandingan hasil pengolahan data untuk 2 jenis produk dapat dilihat pada **Gambar 4.5**. Dalam pengelolaan data, dilakukan tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan uji *inconsistencies*

Pengelolaan data yang pertama dilakukan adalah uji inconsistencies dengan menggunakan tools yang ada pada *UEQ Data Analysis Tool*. Data yang memiliki tingkat

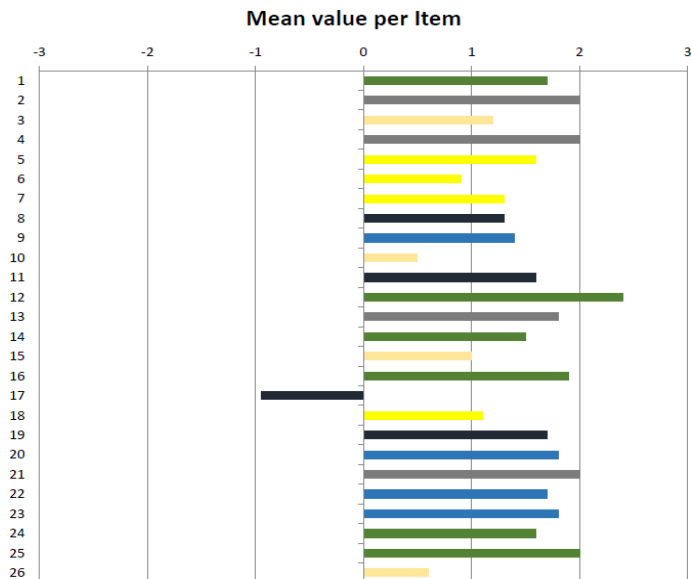
ketidakkonsistenan lebih dari atau sama dengan 3 otomatis dibuang [28]. Ketidakkonsistenan dilihat dari hasil masing-masing uji *inconsistencies* di tiap variable. Contoh ketidakkonsistenan pada variabel *stimulation* adalah ketika responden menyatakan bahwa GrabBike adalah produk yang mengasyikkan, namun disaat yang sama responden tersebut menyatakan bahwa GrabBike merupakan produk yang tidak menarik. Kemudian contoh lain dari ketidakkonsistenan pada variable *novelty* adalah ketika responden menjawab GrabBike adalah produk yang kreatif, namun dia juga menjawab bahwa GrabBike adalah produk yang lazim.



Gambar 4.5 Contoh Perbandingan Dua Produk Berdasarkan Skala UEQ

2. Melakukan interpretasi hasil
Pengelolaan data kedua adalah melakukan interpretasi hasil. Item pada kuesioner memiliki nilai 1 hingga 7. Nilai 1 merefleksikan jawaban paling negatif. Nilai 7 merefleksikan jawaban paling positif.
3. Melakukan analisis hasil per item
Pengelolaan data ketiga adalah melakukan *analisis* hasil per item. Pada tahap ini penggalan informasi lebih dalam dilakukan dari hasil pengujian menggunakan tools Microsoft Excel yang telah disediakan oleh UEQ. Penggalan informasi menghasilkan analisis hasil.

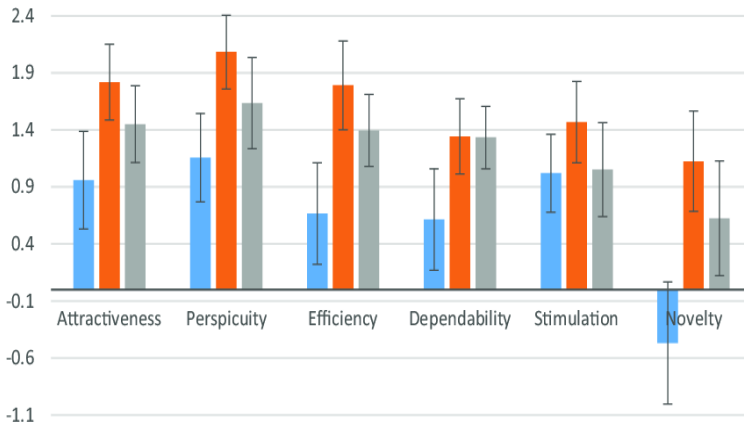
Penggalian informasi dimulai dengan melihat nilai per item. Nilai per item kemudian dibandingkan untuk setiap variable. Analisis hasil dimana terdapat perbandingan yang signifikan menandakan bahwa adanya peningkatan atau tidak adanya peningkatan pada variabel tertentu. Perbandingan tersebut digambarkan dengan menggunakan diagram. Diagram mempermudah melihat perbandingan pada variable. Contoh analisis per-item untuk produk yang berbeda dapat dilihat pada **Gambar 4.6**.



Gambar 4.6 Contoh Hasil Perbandingan Hasil Per Item

4. Melakukan perbandingan produk
 Pengelolaan data keempat adalah melakukan perbandingan produk. Hasil analisis per item produk sudah didapatkan. Kemudian dilanjutkan dengan penggalian data secara agregat. Setelahnya, perbandingan dua produk studi kasus penelitian dengan menggunakan *T-Test*. Perbandingan dengan melihat *mean scale* dari kedua produk. *Mean scale* memberikan visualisasi atas perbedaan nilai tiap variable.

Contoh visualisasi hasil perbandingan 3 produk dapat dilihat pada **Gambar 4.7**.



Gambar 4.7 Contoh Hasil Perbandingan Produk

4.5 Pengujian Data Awal Penelitian

Bagian ini adalah menguji data awal penelitian. Pengujian data awal penelitian dengan menggunakan uji *inconsistencies*. Uji *inconsistencies* dengan menggunakan bantuan *UEQ Data Analysis Tool*. Data yang memiliki tingkat ketidakkonsistenan lebih dari atau sama dengan 3 otomatis dibuang [28]. Ketidakkonsistenan dilihat dari hasil masing-masing uji *inconsistencies* di tiap variable. Hasil uji *inconsistencies* data awal penelitian dapat dilihat pada **Gambar 4.8** untuk Go-Ride, dan **Gambar 4.9** untuk GrabBike.

Hasil uji *inconsistencies* data awal pada Go-Ride mendapatkan 6 data yang tidak konsisten dan harus dieliminasi. Hasil uji *inconsistencies* data awal pada GrabBike mendapatkan 7 data yang tidak konsisten dan harus dieliminasi. Setelah data yang tidak konsisten dieliminasi, maka data awal dapat dipakai karena sudah lolos uji *inconsistencies*.

4.6 Pendekatan Analisis

Pada tahapan ini, dilakukan pendekatan analisis. Pendekatan analisis bertujuan untuk mencari tahu perbedaan Go-Ride dan

GrabBike serta mengetahui signifikansi dari perbedaan tersebut. Pendekatan analisis menggunakan *T-Test* yang ada pada *UEQ Compare Products*.

Daya tarik	Kejelasan	Efisiensi	Ketepatan	Stimulasi	Kebaruan	Critical?
1					1	1
					1	1
				1		1
		1				1
		1		1		1
1		1	1	1	1	2
1		1	1	1		4
	1				1	0
		1				1
		1		1		1
						0
1	1			1	1	4
				1		1
		1			1	1
			1			2
			1			1
						0
1	1	1	1	1	1	6
1	1	1	1	1	1	6
1	1	1	1	1	1	2
1	1	1	1	1	1	6
	1	1			1	1
		1			1	3
						0
						0
		1				1

Gambar 4.8 Hasil Awal Uji *Inconsistencies Go-Ride*

Daya tarik	Kejelasan	Efisiensi	Ketepatan	Stimulasi	Kebaruan	Critical?
1					1	1
					1	1
				1		1
1	1	1			1	4
				1		1
	1	1		1		3
					1	1
		1				1
			1			0
			1			1
						0
1	1	1			1	4
					1	0
		1			1	1
	1		1			2
						2
						0
						0
1	1	1	1	1	1	6
1	1	1	1	1	1	6
1	1		1	1	1	5
	1	1			1	1
	1	1			1	3
				1		1
						0
		1			1	2

Gambar 4.9 Hasil Awal Uji *Inconsistencies GrabBike*

Pendekatan analisis ini digunakan sebagai dasar untuk membandingkan *user experience* dari Go-Ride dan GrabBike. Berdasarkan adanya perbedaan signifikansi, dapat menjadi bahan penilaian *Transportation Network Companies (TNC)* yang lebih baik dalam *user experience*.

BAB V IMPLEMENTASI

Bab ini berisi mengenai proses implementasi penelitian. Implementasi penelitian dari perancangan yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya.

5.1 Pengumpulan Data

Tahapan pertama yang dilakukan adalah mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan berupa hasil penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara offline dan *online*. Pengisian kuesioner dilakukan secara *online* dengan bantuan google form. Kuesioner menggunakan 400 responden yang mengisi pada url intip.in/skripsininda. Responden mengisi kuesioner secara mandiri dan berdasarkan pengalaman pribadi masing-masing. Pengumpulan data dilakukan selama kurang lebih 42 hari dimulai dari 26 Februari 2018 sampai 6 April 2018, dilanjut 19-20 Mei 2018.

5.1.1 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online*. Dari data target responden yang telah didapatkan, persebarannya dapat dilihat pada **Tabel 5.1**.

Tabel 5.1 Persebaran Total Kuesioner

Proses Penyebaran	Jumlah Responden	Total kuesioner akhir yang dipakai
Pilot	30	0
Penyebaran total	1028	400
Total Kuesioner yang didapat	1058	

5.2 Analisis Deskriptif

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji kuesioner. Kuesioner yang telah disebar dan dikumpulkan datanya diuji

validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan analisis statistika deskriptif. Hasil analisis deskriptif dapat digunakan dalam penarikan kesimpulan. Berikut adalah hasil analisis data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner:

5.2.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa perangkat kuesioner yang digunakan kredibel. Kredibel berarti perangkat kuesioner dapat dipercaya dan digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil dari *Cronbach alpha* (α) yang ada pada *UEQ Data Analysis Tools*. Masing-masing variable *UEQ* memiliki nilai *Cronbach alpha* (α), sehingga masing-masing variable dapat dilihat reliabilitasnya. Standar nilai *Cronbach alpha* (α) yang diterima sehingga perangkat kuesioner dikatakan reliabel adalah $> 0,6$. Jika nilai *Cronbach alpha* (α) $\leq 0,6$ maka perangkat kuesioner tidak reliabel sehingga tidak dapat dipercaya sebagai alat pengambilan data [34]. Hasil awal uji reliabilitas bisa dilihat pada **Tabel 5.2** untuk Go-Ride dan **Tabel 5.3** untuk GrabBike.

Tabel 5.2 Hasil Awal Uji Reliabilitas Go-Ride

Variabel	<i>Cronbach alpha</i> (α)	Standar nilai <i>Cronbach alpha</i> (α)	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,84	$> 0,6$	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,68	$> 0,6$	Reliabel
<i>Perspiciuity</i>	0,67	$> 0,6$	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,69	$> 0,6$	Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,65	$> 0,6$	Reliabel
<i>Novelty</i>	0,38	$> 0,6$	Tidak Reliabel

Hasil uji reliabilitas awal menghasilkan beberapa nilai pada variable yang bermakna reliabel dan tidak reliabel. Pada uji reliabilitas Go-Ride, variable *attractiveness*, *efficiency*,

perspicuity, *dependability*, dan *stimulation* sudah reliabel. Sehingga bisa dikatakan bahwa variable tersebut memiliki tingkat konsistensi yang diterima. Sedangkan variable *novelty* menghasilkan nilai dibawah standar yaitu kurang dari 0,6, sehingga tidak reliabel. Uji reliabilitas GrabBike menghasilkan variable *attractiveness*, *efficiency*, *perspicuity*, dan *dependability* yang sudah reliabel. Sedangkan variable *stimulation* dan *novelty* tidak reliabel.

Tabel 5.3 Hasil Awal Uji Reliabilitas GrabBike

Variabel	Cronbach alpha (α)	Standar nilai Cronbach alpha (α)	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,82	> 0,6	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,70	> 0,6	Reliabel
<i>Perspicuity</i>	0,68	> 0,6	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,65	> 0,6	Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,55	> 0,6	Tidak Reliabel
<i>Novelty</i>	0,28	> 0,6	Tidak Reliabel

Oleh karena ada beberapa variable yang tidak reliabel, dilakukan sortir dengan membuang data yang belum reliabel. Pembuangan data menggunakan bantuan *inconsistencies tools* pada *UEQ Data Analysis Tools*. Data yang memiliki tingkat ketidakkonsistenan lebih dari atau sama dengan 3 otomatis dibuang. Ketidakkonsistenan dilihat dari hasil masing-masing uji *inconsistencies* di tiap variable. Untuk mengatasi variabel yang tidak reliabel, dilakukan penghapusan pada data yang memiliki ketidakkonsistenan di variable tersebut. Hasil awal uji *inconsistencies* dapat dilihat pada **Gambar 5.1** dan **Gambar 5.2**.

Scales with inconsistent answers						
Attractiveness	Perspicity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty	Critical?
					1	1
	1	1			1	3
						0
						0
		1				1
						0
					1	1
	1	1			1	3
1		1				2
					1	1
					1	1
						0
1	1	1		1	1	5
			1		1	2
1		1			1	3
				1		1
						0
						0
	1	1	1	1	1	5
					1	1
						0

Gambar 5.1 Hasil Awal Uji Inconsistencies Go-Ride

Scales with inconsistent answers						
Attractiveness	Perspicity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty	Critical?
					1	1
	1	1			1	3
				1		1
						0
		1			1	2
				1		1
	1	1			1	1
						2
						0
				1		0
						1
						0
1		1		1		3
			1		1	2
		1				1
						0
						0
	1		1		1	3
				1		1
						0

Gambar 5.2 Hasil Awal Uji Inconsistencies GrabBike

Pada hasil uji reliabilitas Go-Ride, variable *novelty* tidak reliabel. Tidak reliabel dikarenakan beberapa data pada variable *novelty* tidak konsisten. Sehingga dilakukan penghapusan pada beberapa data yang tidak konsisten. Contoh ketidakkonsistenan pada variable *novelty* adalah ketika responden menyatakan bahwa Go-Ride adalah produk yang mempunyai tampilan kreatif, namun disaat yang sama responden tersebut menyatakan bahwa Go-Ride merupakan produk yang konvensional.

Hasil uji reliabilitas GrabBike menunjukkan bahwa variable *stimulation* dan *novelty* tidak reliabel. Dilakukan juga penghapusan beberapa data hasil kuesioner GrabBike yang menyebabkan adanya ketidakkonsistenan. Contoh ketidakkonsistenan pada variable *stimulation* adalah ketika responden menyatakan bahwa GrabBike adalah produk yang menyenangkan, namun disaat yang sama responden tersebut menyatakan bahwa GrabBike merupakan produk yang tidak menarik. Kemudian contoh lain dari ketidakkonsistenan pada variable *novelty* adalah ketika responden menjawab GrabBike adalah produk yang kreatif, namun dia juga menjawab bahwa GrabBike adalah produk yang lazim.

Responden yang tidak konsisten dalam menjawab pertanyaan produk Go-Ride, akan dihapus data jawaban produk GrabBike miliknya. Meskipun responden tersebut memiliki data jawaban GrabBike yang konsisten. Berlaku juga sebaliknya, hal ini dilakukan untuk proses *T-Test*. Idealnya *T-Test* adalah menguji dua produk dengan menggunakan subjek yang sama. Setelah data yang tidak konsisten dihapus, dilakukan uji reliabilitas kembali.

Hasil uji reliabilitas setelah data yang tidak konsisten dihapus dapat dilihat pada **Tabel 5.4** untuk Go-Ride dan **Tabel 5.5** untuk GrabBike.

Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Go-Ride

Variabel	<i>Cronbach alpha (α)</i>	Standar nilai <i>Cronbach alpha (α)</i>	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,88	> 0,6	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,80	> 0,6	Reliabel
<i>Perspiciuity</i>	0,79	> 0,6	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,76	> 0,6	Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,73	> 0,6	Reliabel
<i>Novelty</i>	0,71	> 0,6	Reliabel

Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas GrabBike

Variabel	Cronbach alpha (α)	Standar nilai Cronbach alpha (α)	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,86	> 0,6	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,80	> 0,6	Reliabel
<i>Perspicuity</i>	0,79	> 0,6	Reliabel
<i>Dependability</i>	0,71	> 0,6	Reliabel
<i>Stimulation</i>	0,71	> 0,6	Reliabel
<i>Novelty</i>	0,72	> 0,6	Reliabel

Dari 1058 data kuesioner yang berhasil didapatkan, sebanyak 400 digunakan untuk penelitian tugas akhir. Keterangan dan visualisasi presentase dari data yang dihilangkan dan digunakan dapat dilihat pada **Tabel 5.6**. Setelah melakukan penghapusan, data yang digunakan sudah reliabel dan dapat dilakukan uji validitas sebelum dapat digunakan.

Tabel 5.6 Data yang Dihilangkan

Alasan Penghapusan	Jumlah Kuesioner yang Dihapus	Sisa Kuesioner
Pilot	30	1028
Tidak menggunakan kedua jenis TNC yang digunakan dalam penelitian	178	850
Tidak reliabel dan tidak valid	450	400

5.2.2 Uji Validitas

Setelah melakukan uji reliabilitas, dilakukan uji validitas. Uji validitas untuk melakukan evaluasi pada item pernyataan yang mengukur variable penelitian dalam sebuah kuesioner. Uji validitas menggunakan *UEQ Data Analysis Tools* berdasarkan *pearson correlation*.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment dari *pearson*. Korelasi product moment dari *pearson* dapat diinterpretasikan dengan mengkorelasikan setiap item pernyataan dengan skor total dari masing-masing kategori pernyataan. Standar nilai *pearson* yang diterima untuk uji validitas harus melebihi nilai *table-r*. Nilai *table-r* untuk responden sebanyak 400 dan signifikansi 5% adalah 0,098 [35]. Jika nilai *pearson* > 0,098 maka pernyataan dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas Go-Ride dapat dilihat pada **Tabel 5.7**, sedangkan hasil uji validitas GrabBike dapat dilihat pada **Tabel 5.8**.

Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Go-Ride

Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,54	> 0,098	Valid
<i>Efficiency</i>	0,50	> 0,098	Valid
<i>Perspiciuity</i>	0,48	> 0,098	Valid
<i>Dependability</i>	0,44	> 0,098	Valid
<i>Stimulation</i>	0,40	> 0,098	Valid
<i>Novelty</i>	0,38	> 0,098	Valid

Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas GrabBike

Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	0,50	> 0,098	Valid
<i>Efficiency</i>	0,49	> 0,098	Valid
<i>Perspiciuity</i>	0,49	> 0,098	Valid
<i>Dependability</i>	0,38	> 0,098	Valid
<i>Stimulation</i>	0,38	> 0,098	Valid
<i>Novelty</i>	0,39	> 0,098	Valid

1. Variabel *Attractiveness*

Uji validitas dilakukan untuk setiap item yang ada pada variable *attractiveness*. Uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* tiap item. Hasilnya bisa dilihat pada **Tabel 5.9** dan **Tabel 5.10**.

Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas Variabel *Attractiveness* Go-Ride

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
ATT1	0,46	> 0,098	Valid
ATT2	0,59	> 0,098	Valid
ATT3	0,58	> 0,098	Valid
ATT4	0,58	> 0,098	Valid
ATT5	0,50	> 0,098	Valid
ATT6	0,57	> 0,098	Valid

Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas Variabel *Attractiveness* GrabBike

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
ATT1	0,37	> 0,098	Valid
ATT2	0,54	> 0,098	Valid
ATT3	0,51	> 0,098	Valid
ATT4	0,52	> 0,098	Valid
ATT5	0,47	> 0,098	Valid
ATT6	0,56	> 0,098	Valid

2. Variabel *Efficiency*

Uji validitas dilakukan untuk setiap item yang ada pada variable *efficiency*. Uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* tiap item. Hasilnya bisa dilihat pada **Tabel 5.11** dan **Tabel 5.12**.

Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Variabel *Efficiency Go-Ride*

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
EFF1	0,49	> 0,098	Valid
EFF2	0,51	> 0,098	Valid
EFF3	0,56	> 0,098	Valid
EFF 4	0,45	> 0,098	Valid

Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas Variabel *Efficiency GrabBike*

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
EFF1	0,49	> 0,098	Valid
EFF2	0,51	> 0,098	Valid
EFF3	0,53	> 0,098	Valid
EFF4	0,44	> 0,098	Valid

3. Variabel *Perspiciuity*

Uji validitas dilakukan untuk setiap item yang ada pada variable *perspicuity*. Uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* tiap item. Hasilnya bisa dilihat pada **Tabel 5.13** dan **Tabel 5.14**.

Tabel 5.13 Hasil Uji Validitas Variabel *Perspiciuity Go-Ride*

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
PER1	0,40	> 0,098	Valid
PER2	0,52	> 0,098	Valid
PER3	0,51	> 0,098	Valid
PER4	0,48	> 0,098	Valid

Tabel 5.14 Hasil Uji Validitas Variabel Perspicuity GrabBike

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
PER1	0,40	> 0,098	Valid
PER2	0,54	> 0,098	Valid
PER3	0,52	> 0,098	Valid
PER4	0,50	> 0,098	Valid

4. Variabel *Dependability*

Uji validitas dilakukan untuk setiap item yang ada pada variable *dependability*. Uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* tiap item. Hasilnya bisa dilihat pada **Tabel 5.15** dan **Tabel 5.16**.

5. Variabel *Stimulation*

Uji validitas dilakukan untuk setiap item yang ada pada variable *stimulation*. Uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* tiap item. Hasilnya bisa dilihat pada **Tabel 5.17** dan **Tabel 5.18**.

Tabel 5.15 Hasil Uji Validitas Variabel *Dependability* Go-Ride

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
DEP1	0,43	> 0,098	Valid
DEP2	0,45	> 0,098	Valid
DEP3	0,38	> 0,098	Valid
DEP4	0,50	> 0,098	Valid

Tabel 5.16 Hasil Uji Validitas Variabel *Dependability* GrabBike

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
DEP1	0,36	> 0,098	Valid

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
DEP2	0,38	> 0,098	Valid
DEP3	0,36	> 0,098	Valid
DEP4	0,43	> 0,098	Valid

Tabel 5.17 Hasil Uji Validitas Variabel *Stimulation Go-Ride*

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
STI1	0,38	> 0,098	Valid
STI2	0,42	> 0,098	Valid
STI3	0,45	> 0,098	Valid
STI4	0,37	> 0,098	Valid

Tabel 5.18 Hasil Uji Validitas Variabel *Stimulation GrabBike*

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
STI1	0,37	> 0,098	Valid
STI2	0,42	> 0,098	Valid
STI3	0,39	> 0,098	Valid
STI4	0,36	> 0,098	Valid

6. Variabel *Novelty*

Uji validitas dilakukan untuk setiap item yang ada pada variable *novelty*. Uji validitas menggunakan hasil dari nilai *Pearson Correlation* tiap item. Hasilnya bisa dilihat pada **Tabel 5.19** dan **Tabel 5.20**.

Tabel 5.19 Hasil Uji Validitas Variabel Novelty Go-Ride

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
NOV1	0,36	> 0,098	Valid
NOV2	0,36	> 0,098	Valid
NOV3	0,40	> 0,098	Valid
NOV4	0,38	> 0,098	Valid

Tabel 5.20 Hasil Uji Validitas Variabel Novelty GrabBike

Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai <i>table-r</i>	Keterangan
NOV1	0,36	> 0,098	Valid
NOV2	0,39	> 0,098	Valid
NOV3	0,40	> 0,098	Valid
NOV4	0,39	> 0,098	Valid

Setelah memastikan bahwa data reliabel dan valid pada setiap variabel yang ada, maka data dapat digunakan.

5.2.3 Data Total

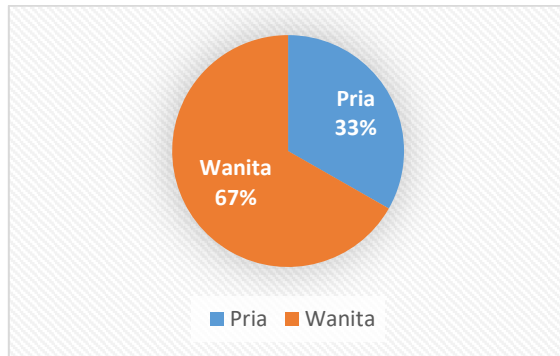
Data kuesioner yang didapatkan total 1058. Sebanyak 400 data digunakan untuk analisis penelitian tugas akhir. Berikut adalah analisis deskriptif dari data set penelitian yang dipakai.

1. Jenis Kelamin Responden

Data persebaran jenis kelamin responden dapat dilihat pada **Tabel 5.21**. Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, 134 (33%) berjenis kelamin pria dan sebanyak 267 (67%) berjenis kelamin wanita, presentase ini dapat dilihat pada **Gambar 5.3**.

Tabel 5.21 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Kuesioner
Pria	134
Wanita	267
Total	400

**Gambar 5.3 Presentase Persebaran Jenis Kelamin Responden**

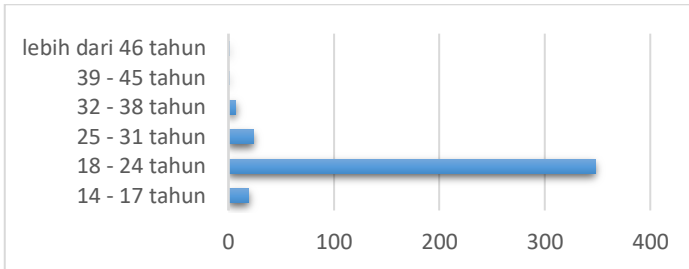
2. Usia Responden

Responden berasal dari kalangan umur yang berbeda-beda. Persebaran usia responden penelitian dapat dilihat pada **Tabel 5.22**. Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, pengguna Go-Ride dan GrabBike mayoritas berusia 18 – 24 tahun (sebanyak 348). Dan sisanya menyebar di berbagai rentang usia. Grafik persebaran usia responden dapat dilihat pada **Gambar 5.4**.

Tabel 5.22 Usia Responden

Usia	Jumlah Kuesioner
14 - 17 tahun	19
18 - 24 tahun	348
25 - 31 tahun	24
32 - 38 tahun	7

Usia	Jumlah Kuesioner
39 - 45 tahun	1
lebih dari 46 tahun	19
Total	400

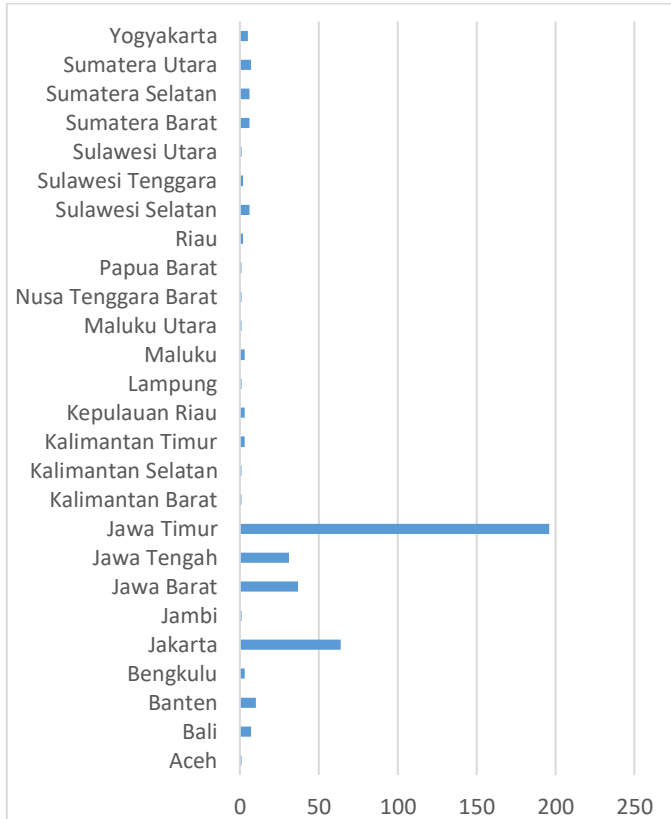


Gambar 5.4 Grafik Persebaran Usia Responden

3. Kota Kelahiran Responden

Kota kelahiran identik dengan suku atau etnisitas responden. Responden yang berasal dari berbagai kota kelahiran di Indonesia menggambarkan bahwa penelitian ini menggunakan berbagai kelompok individu sebagai representasi masyarakat Indonesia.

Dikarenakan jumlah kota yang terlalu banyak, maka data disatukan menjadi berdasarkan provinsi agar mempermudah proses analisis data. Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, pengguna Go-Ride dan GrabBike mayoritas lahir di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Jakarta, Bali. Dan sisanya menyebar di semua pulau yang ada di Indonesia. Grafik persebaran provinsi kelahiran responden dapat dilihat pada **Gambar 5.5**.



Gambar 5.5 Grafik Persebaran Provinsi Kelahiran Responden

4. Kota Tempat Tinggal Responden

Kota tempat tinggal identik dengan lingkungan hidup responden. Responden yang bertempat tinggal di berbagai kota di Indonesia menggambarkan bahwa penelitian ini menggunakan berbagai kelompok individu sebagai representasi masyarakat Indonesia. Dikarenakan jumlah kota yang terlalu banyak, maka data disatukan menjadi berdasarkan provinsi agar mempermudah proses analisis data.

Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, pengguna Go-Ride dan GrabBike mayoritas bertempat tinggal di provinsi Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jakarta, Banten, Yogyakarta. Kemudian sisanya menyebar di seluruh pulau yang ada di Indonesia. Grafik persebaran ini dapat dilihat pada Error! Reference source not found..



Gambar 5.6 Grafik Persebaran Provinsi Tempat Tinggal Responden

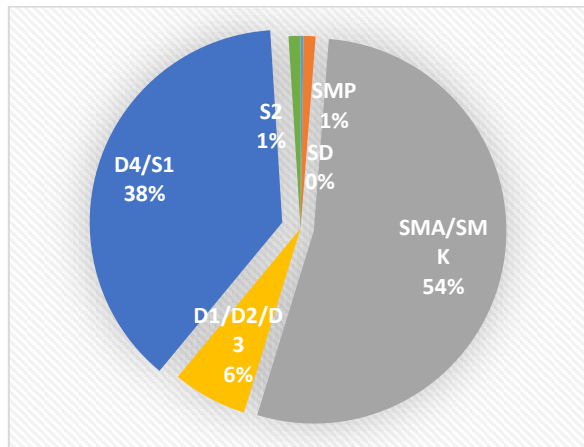
5. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 5.23 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Kuesioner
SD	1
SMP	3
SMA/SMK	215
D1/D2/D3	25
D4/S1	152
S2	4

Pendidikan Terakhir	Jumlah Kuesioner
Total	400

Pendidikan di Indonesia terbagi menjadi 6 tingkatan yaitu: SD, SMP, SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 dan S3. Pendidikan terakhir menjadi acuan latar Pendidikan responden. Persebaran dari Pendidikan terakhir responden penelitian dapat dilihat pada **Tabel 5.23**. Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, pengguna Go-Ride dan GrabBike mayoritas berlatar belakang Pendidikan terakhir SMA/SMK (54%), D4/S1 (38%) dan D1/D2/D3 (6%). Visualisasi presentase persebaran Pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada **Gambar 5.7**



Gambar 5.7 Visualisasi Persebaran Pendidikan Terakhir Responden

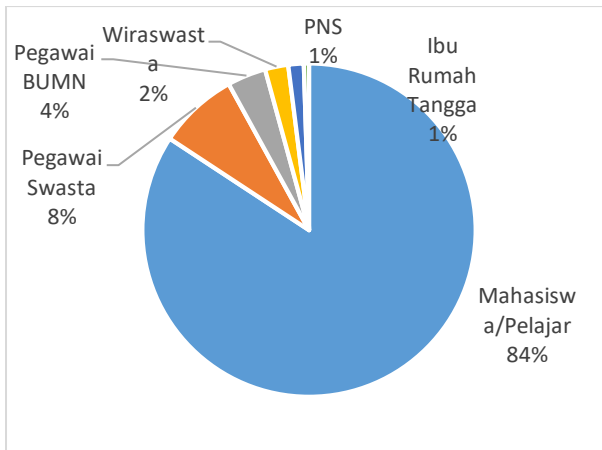
6. Profesi Sesuai KTP Saat Ini Responden

Tabel 5.24 Profesi Sesuai KTP Responden

Profesi Sesuai KTP	Jumlah Kuesioner
Mahasiswa/Pelajar	338

Profesi Sesuai KTP	Jumlah Kuesioner
Pegawai Swasta	30
Pegawai BUMN	15
Wiraswasta	10
PNS	5
Ibu Rumah Tangga	2
Total	400

Profesi masyarakat Indonesia menyatakan status sosial. Masyarakat Indonesia berasal dari status social yang berbeda-beda. Persebaran profesi KTP responden penelitian dapat dilihat pada **Tabel 5.24**.



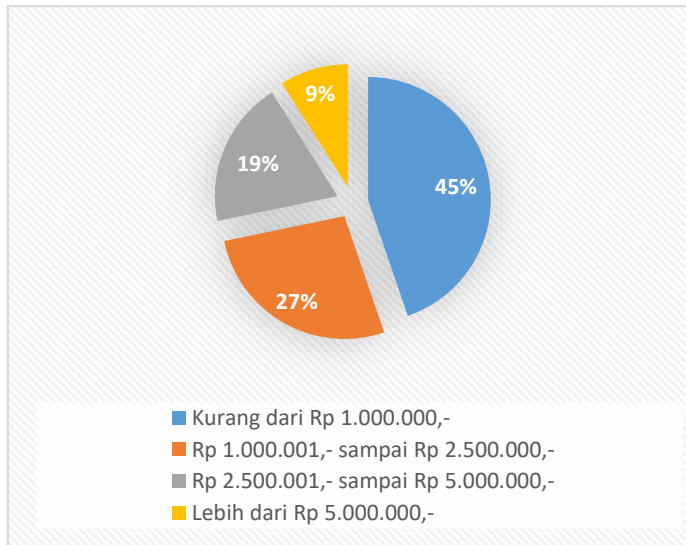
Gambar 5.8 Visualisasi Persebaran Profesi KTP Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, pengguna Go-Ride dan GrabBike adalah pelajar/mahasiswa (84%). Sisanya menyebar sebagai pegawai swasta (8%), pegawai BUMN (4%), wiraswasta (2%), PNS (1%) dan ibu rumah tangga (1%).

7. Rata-rata Penghasilan Responden

Tabel 5.25 Rata-Rata Penghasilan Responden

Rata-rata Penghasilan	Jumlah Kuesioner
Kurang dari Rp 1.000.000,-	179
Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,-	108
Rp 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,-	46
Lebih dari Rp 5.000.000,-	35
Total	400



Gambar 5.9 Visualisasi Persebaran Rata-Rata Penghasilan Responden

Rata-rata penghasilan menyatakan status social ekonomi masyarakat Indonesia. Persebaran dari rata-rata penghasilan responden penelitian dapat dilihat pada **Tabel 5.25**.

Berdasarkan hasil penelitian, dari 400 responden yang dijadikan dataset, pengguna Go-Ride dan GrabBike mayoritas berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000,- (45%), kemudian Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,- (27%), Rp 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,- (19%) dan terakhir Lebih dari Rp 5.000.000,- (9%). Presentasi persebaran rata-rata penghasilan responden dapat dilihat pada **Gambar 5.9**.

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisi seluruh hasil analisis *user experience* Go-Ride, hasil analisis *user experience* GrabBike, dan hasil analisis perbandingan *user experience* Go-Ride dan GrabBike.

6.1 Skala Penilaian

Kuesioner *user experience* mengandung nilai rata-rata (*mean*) pada semua item di setiap variabelnya. Nilai rata-rata (*mean*) digunakan sebagai representasi jawaban responden. Nilai rata-rata didapatkan dari *UEQ Data Analysis Tool*. Setiap nilai rata-rata (*mean*) mengandung makna. Skala penilaian rata-rata (*mean*) beserta maknanya dapat dilihat pada **Tabel 6.1**.

Tabel 6.1 Skala Penilaian Rata-Rata (*Mean*) Kuesioner [39].

Nilai <i>Mean</i>	Keterangan	Representatif Warna
> 0,8	Evaluasi Positif	Hijau
- 0,8 sampai 0,8	Evaluasi Netral	Kuning
< - 0,8	Evaluasi Negatif	Merah

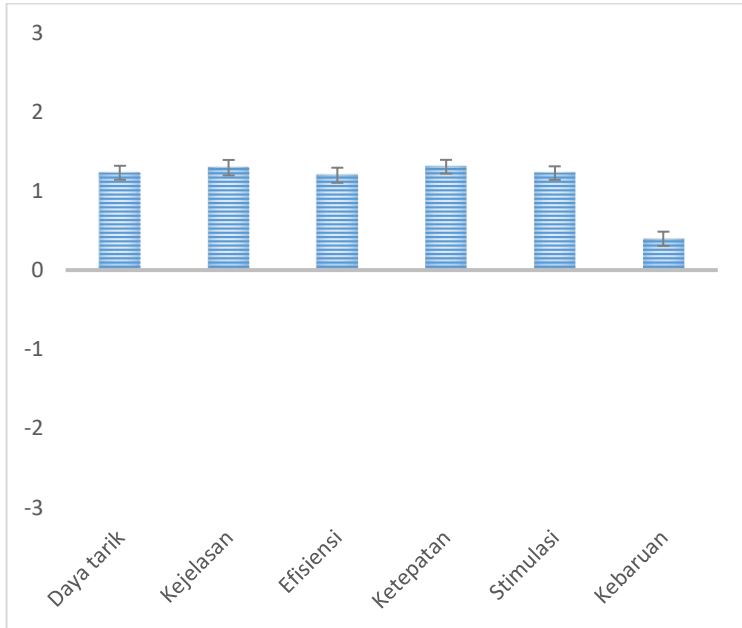
6.2 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride

Hasil penilaian *user experience* Go-Ride secara keseluruhan dapat dilihat pada **Tabel 6.2**.

Tabel 6.2 Hasil Penilaian *User Experience* Go-Ride Keseluruhan

Variabel	Kode Item	<i>Mean</i>	Keterangan
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	ATT1	1,6	Memuaskan
	ATT2	1,8	Baik
	ATT3	1,6	Menggembirakan
	ATT4	1,7	Nyaman

Variabel	Kode Item	Mean	Keterangan
	ATT5	1,4	Atraktif
	ATT6	1,6	Ramah Pengguna
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	PER1	1,9	Dapat dipahami
	PER2	1,6	Mudah dipelajari
	PER3	1,7	Sederhana
	PER4	1,5	Jelas
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	EFF1	1,2	Cepat
	EFF2	1,6	Efisien
	EFF3	1,6	Praktis
	EFF4	1,6	Terorganisasi
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	DEP1	1,6	Dapat diprediksi
	DEP2	1,6	Mendukung
	DEP3	1,3	Aman
	DEP4	1,4	Memenuhi ekspektasi
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	STI1	2,1	Bermanfaat
	STI2	1,0	Mengasyikkan
	STI3	1,4	Menarik
	STI4	1,0	Memotivasi
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	NOV1	1,2	Kreatif
	NOV2	0,8	Netral (Tidak memilih berdaya cipta maupun konvensional)
	NOV3	1,0	Terdepan
	NOV4	1,0	Inovatif



Gambar 6.1 Visualisasi Penilaian *User Experience* Go-Ride Secara Keseluruhan

Go-Ride mendapatkan 25 evaluasi positif, dan 1 evaluasi netral secara keseluruhan atas produknya. Go-Ride tidak mendapatkan evaluasi negative secara keseluruhan. *User experience* Go-Ride dinilai menggunakan 6 variabel yang ada pada kuesioner. Berikut adalah penilaian *user experience* Go-Ride secara keseluruhan dilihat dari variable pengukurnya:

1. *Attractiveness*

Variabel *attractiveness* adalah variable pertama yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride. Variabel *attractiveness* berisi impresi secara keseluruhan dari produk yang menjadi objek, dalam hal ini adalah Go-Ride. Variabel ini memberikan jawaban atas pernyataan apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai Go-Ride. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai

positif untuk semua item pada variable *attractiveness*. Secara keseluruhan pengguna menyukai Go-Ride.

2. *Perspicuity*

Variabel *perspicuity* adalah variable kedua yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride. Variabel *perspicuity* berisi kemungkinan bahwa produk dapat dipahami dengan mudah. Variabel ini berbicara mengenai apakah pengguna Go-Ride tidak sukar menggunakan atau mempelajari Go-Ride. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *perspicuity*. Secara keseluruhan Go-Ride dapat dikatakan sebagai produk yang mudah digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Variabel *efficiency* adalah variable kedua yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride. Variabel *efficiency* berisi kemungkinan bahwa produk Go-Ride dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan efisien. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *efficiency*. Secara keseluruhan Go-Ride dapat dikatakan sebagai produk yang dapat membantu pekerjaan dengan efisien.

4. *Dependability*

Variabel *dependability* adalah variable ketiga yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride. Variabel *dependability* berisi kemungkinan bahwa pengguna dapat mengendalikan interaksi dengan produk Go-Ride. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *dependability*. Secara keseluruhan Go-Ride dapat dikatakan sebagai produk yang membuat pengguna dapat mengendalikan interaksi.

5. *Stimulation*

Variabel *stimulation* adalah variable kelima yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride. Variabel *stimulation* berisi kemungkinan bahwa

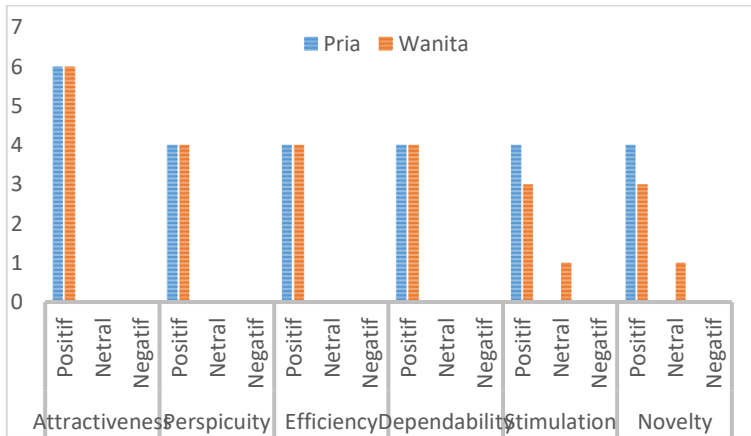
menyenangkan dan termotivasi dalam menggunakan produk Go-Ride. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *stimulation*. Bahkan nilai *mean* tertinggi ada pada variable ini. Pengguna mengatakan bahwa Go-Ride produk yang bermanfaat. Secara keseluruhan Go-Ride dapat dikatakan sebagai produk yang membuat pengguna senang dan merasa termotivasi dalam menggunakannya.

6. *Novelty*

Variabel *novelty* adalah variable terakhir yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride. Variabel *novelty* berisi kemungkinan bahwa produk Go-Ride menarik minat penggunanya. Apakah produk Go-Ride inovatif dan kreatif. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk ketiga item pada variable *novelty*. Pengguna memberikan nilai netral pada item NOV2, yaitu produk Go-Ride berdaya cipta atau konvensional. Secara keseluruhan Go-Ride masih dapat dikatakan sebagai produk yang menarik minat penggunanya.

6.2.1 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori jenis kelamin. Terdapat dua jenis kelamin di Indonesia, yaitu pria dan wanita. Penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan jenis kelamin dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan jenis kelamin. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada **Tabel B-1** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat pada **Gambar 6.2**.



Gambar 6.2 Distribusi Penilaian *User Experience Go-Ride* Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan jenis kelamin dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *attractiveness*. Baik pengguna pria dan wanita mengatakan bahwa menyukai Go-Ride.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *perspicuity*. Baik pengguna pria dan wanita mengatakan bahwa Go-Ride merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari.

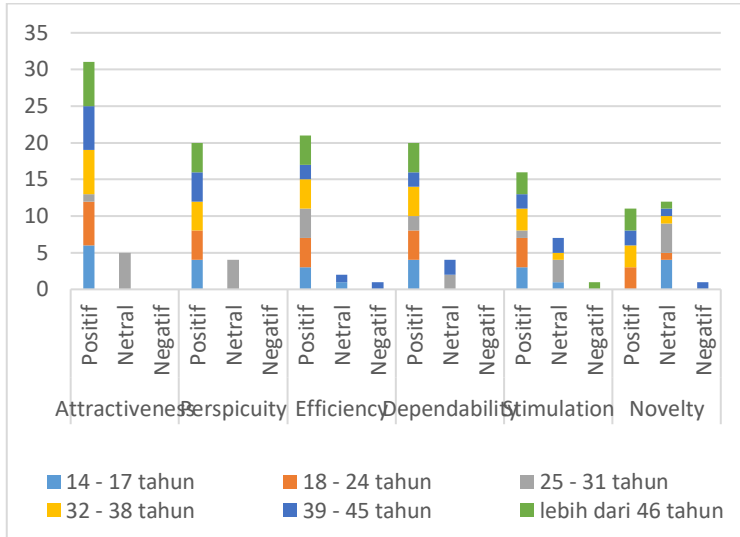
3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *efficiency*. Baik pengguna pria dan wanita mengatakan bahwa Go-Ride merupakan produk yang dapat membantu pekerjaan dengan efisien.

4. *Dependability*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *dependability*. Baik pengguna pria dan wanita sama-sama merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan Go-Ride.
5. *Stimulation*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Ride pria dan wanita sama-sama merasa bahwa Go-Ride bermanfaat, mengasyikkan ketika menggunakannya, dan menarik. Namun, pengguna Go-Ride pria lebih merasa bahwa Go-Ride memotivasi penggunaanya dibandingkan pengguna Go-Ride wanita.
6. *Novelty*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Ride pria dan wanita merasa bahwa Go-Ride adalah produk yang kreatif, terdepan dan inovatif. Pengguna pria lebih merasa bahwa Go-Ride berdaya cipta dibandingkan pengguna wanita.

6.2.2 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Umur

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori umur. Umur dibagi menjadi 6 kategori yaitu: 14-17 tahun, 18-24 tahun, 25-31 tahun, 32-38 tahun, 39-45 tahun, lebih dari 46 tahun. Penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan umur dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan umur. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Tabel B-2** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Gambar 6.3**.



Gambar 6.3 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Umur

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan umur dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian pengguna Go-Ride berumur 32-38 tahun merasa bahwa Go-Ride biasa saja, tidak baik ataupun buruk.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berumur 14-31 tahun, 39-45 tahun dan lebih dari 46 tahun merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Pengguna berumur 32-38 tahun merasa bahwa Go-Ride biasa saja, tidak mudah maupun sulit digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berumur 18-38 tahun dan lebih dari 46 tahun paling merasa bahwa Go-Ride efisien dalam membantu pekerjaan. Pengguna berumur 14-

17 tahun merasa bahwa Go-Ride sedang dalam kecepatan akses, tidak cepat maupun lambat. Pengguna berumur 39-45 tahun mengatakan bahwa Go-Ride lambat dalam kecepatan akses.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berumur 14-31 tahun, dan lebih dari 46 tahun paling merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan Go-Ride.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Ride berumur 18-31 tahun paling merasa bahwa Go-Ride menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali. Pengguna berumur 14-17 tahun dan 32-45 tahun menjawab netral pada item memotivasi atau tidak memotivasi. Pengguna berumur lebih dari 46 tahun merasa bahwa Go-Ride tidak memotivasinya sama sekali.

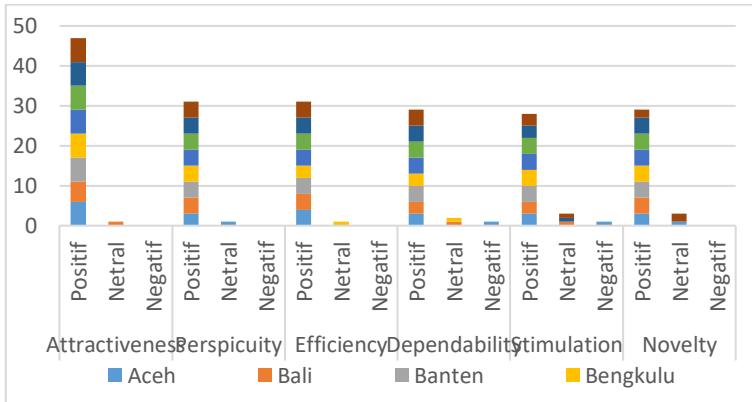
6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Ride berumur lebih dari 46 tahun yang paling merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunaannya. Pengguna berumur 14-18 tahun dan 32-38 tahun kurang merasa bahwa Go-Ride produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunaannya dibanding pengguna dengan rentang umur yang lain. Pengguna berumur 39-45 tahun mengatakan bahwa Go-Ride adalah produk yang lazim.

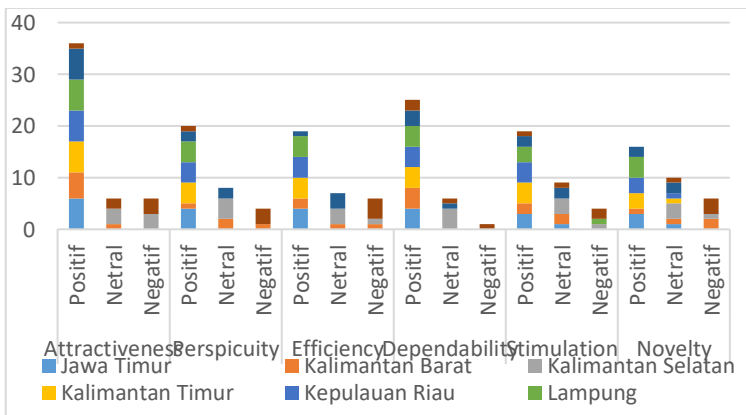
6.2.3 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori provinsi kelahiran. Sebelumnya telah dijelaskan pada bab implementasi bahwa dikarenakan kota kelahiran terlalu luas untuk dianalisis maka dilakukan penyatuan kota yang ada dalam satu provinsi. Sehingga analisis yang dilakukan menjadi berdasarkan kategori provinsi kelahiran. Provinsi yang digunakan adalah 34 provinsi di Indonesia. Penilaian *user*

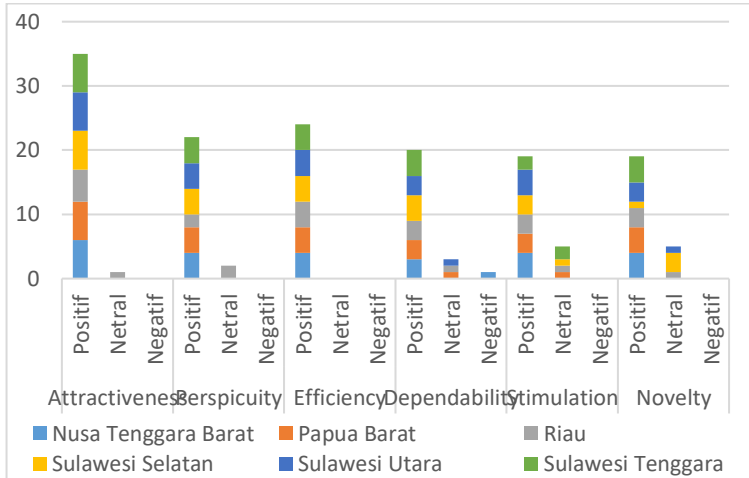
experience Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Tabel B-3** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan provinsi kelahiran dapat dilihat pada **Gambar 6.4-Gambar 6.7**.



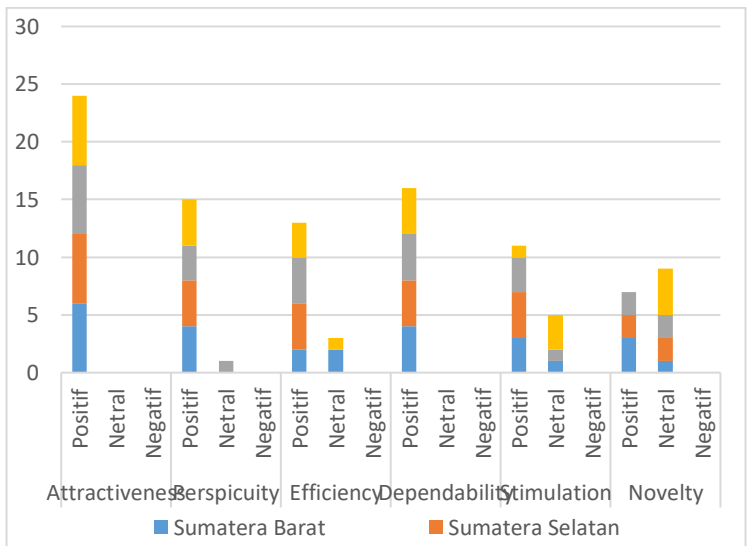
Gambar 6.4 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1



Gambar 6.5 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2



Gambar 6.6 Distribusi Penilaian *User Experience Go-Ride* Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3



Gambar 6.7 Distribusi Penilaian *User Experience Go-Ride* Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan provinsi kelahirannya dilihat dari variable pengukurnya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Kalimantan Selatan dan Maluku Utara menganggap bahwa Go-Ride buruk dan pengguna tidak menyukai Go-Ride. Pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara juga cenderung tidak nyaman menggunakan Go-Ride. Pengguna yang lahir di Bali kurang merasa bahwa Go-Ride ramah pengguna dibanding pengguna yang lahir pada provinsi lain.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Kalimantan Selatan dan Maluku Utara menganggap Go-Ride sulit dipelajari. Pengguna yang lahir di Maluku Utara juga mengatakan bahwa Go-Ride rumit dan membingungkan. Pengguna yang lahir di provinsi Kalimantan Selatan kurang merasa bahwa Go-Ride mudah digunakan atau dipelajari. Pengguna yang lahir di provinsi Riau dan Maluku kurang setuju jika Go-Ride dikatakan sederhana dibanding pengguna yang lahir pada provinsi lain di penelitian.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara adalah yang paling merasa bahwa Go-Ride tidak efisien dalam membantu pekerjaan.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara dan NTB merasa tidak aman terhadap Go-Ride. Pengguna dengan provinsi kelahiran Riau dan Sulawesi Selatan juga merasa kurang aman terhadap Go-Ride dibanding pengguna yang lahir di provinsi lain.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan provinsi kelahiran Aceh, Kalimantan Selatan, dan Lampung sepakat bahwa Go-Ride tidak memotivasi penggunanya. Sedangkan pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara mengatakan bahwa Go-Ride kurang bermanfaat dan membosankan menggunakan produknya. Pengguna yang lahir pada provinsi Jambi, NTB, Papua, Sumatra Utara dan Sulawesi Utara adalah yang paling merasa bahwa Go-Ride menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali. Pengguna yang lahir di Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur merasa Go-Ride kurang memotivasi mereka.

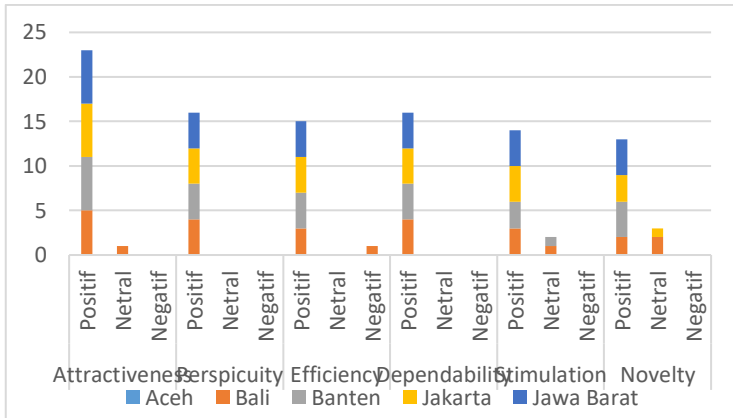
6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan provinsi kelahiran Kalimantan Barat dan Maluku Utara mengatakan bahwa Go-Ride monoton dan konvensional. Pengguna yang lahir di provinsi Kalimantan Selatan setuju bahwa Go-Ride produk yang lazim. Pengguna lahir di provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur kurang merasa bahwa Go-Ride produk yang berdaya cipta. Namun pengguna Go-Ride lahir di provinsi Jakarta, Jawa Barat dan Yogyakarta setuju bahwa Go-Ride merupakan produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunanya.

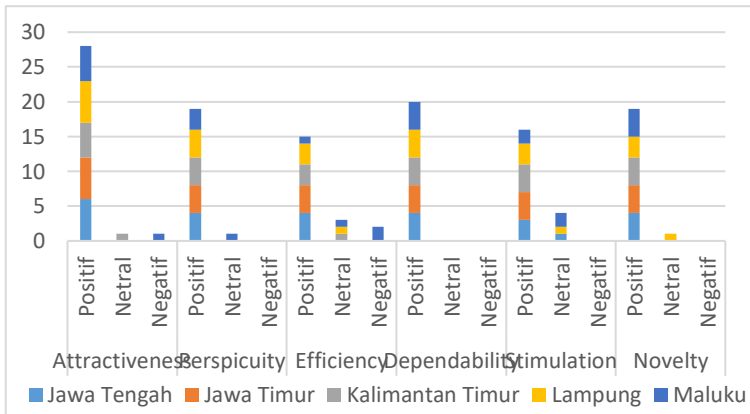
6.2.4 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori tempat tinggal. Sebelumnya telah dijelaskan pada bab implementasi bahwa dikarenakan kota tempat tinggal terlalu luas untuk dianalisis maka dilakukan penyatuan kota yang ada dalam satu provinsi. Sehingga analisis yang dilakukan menjadi berdasarkan kategori provinsi tempat tinggal. Provinsi yang digunakan adalah 34 provinsi di Indonesia. Penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data

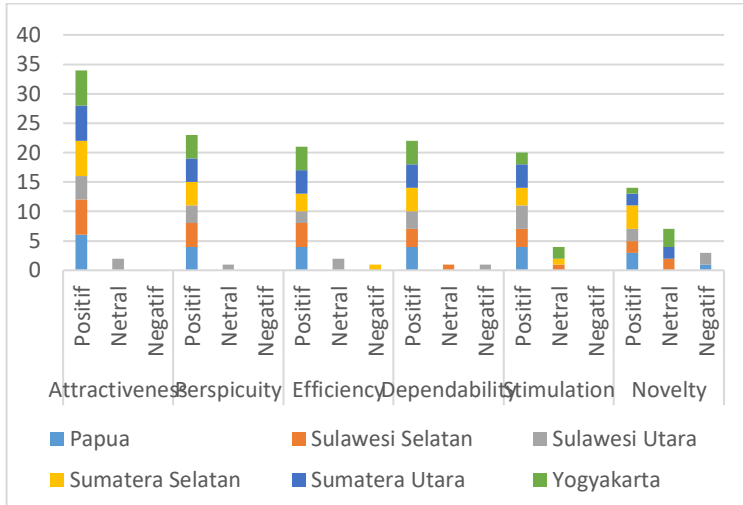
kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Tabel B-7** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan provinsi tempat tinggal dapat dilihat pada **Gambar 6.8-Gambar 6.10**.



Gambar 6.8 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1



Gambar 6.9 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2



Gambar 6.10 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan provinsi tempat tinggalnya dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Maluku Utara menganggap bahwa Go-Ride tidak memuaskan. Pengguna yang tinggal di provinsi Sulawesi Utara kurang merasa bahwa Go-Ride atraktif dan ramah pengguna dibanding pengguna yang tinggal di provinsi lain.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Maluku kurang merasa bahwa produk Go-Ride jelas. Sedangkan yang tinggal di provinsi Sulawesi Utara kurang merasa bahwa Go-Ride mudah dipahami. Pengguna mayoritas yang tinggal di Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Yogyakarta menganggap Go-Ride mudah digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang bertempat tinggal di Aceh, Maluku dan Sumatra Selatan mengatakan bahwa produk Go-Ride lambat. Pengguna yang bertempat tinggal di Maluku juga mengatakan bahwa Go-Ride adalah produk yang rumit. Meski begitu, pengguna mayoritas yaitu yang bertempat tinggal di provinsi Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Yogyakarta menganggap Go-Ride membantu menyelesaikan pekerjaan mereka dengan efisien.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Sulawesi Utara menganggap produk Go-Ride tidak dapat diprediksi. Kemudian pengguna yang bertempat tinggal di provinsi Sulawesi Selatan kurang merasa bahwa Go-Ride memenuhi ekspektasinya dibanding pengguna lain. Namun, pengguna mayoritas yaitu yang bertempat tinggal di provinsi Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Yogyakarta merasa jika Go-Ride membuat penggunanya bias mengandalkan interaksi dengan produknya.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Banten, Yogyakarta dan Jawa Tengah kurang merasa Go-Ride memotivasinya dibanding provinsi tempat tinggal yang lain. Pengguna bertempat tinggal di provinsi Yogyakarta juga mengatakan bahwa kurang merasa mengasyikkan ketika menggunakan Go-Ride dibanding pengguna lain. Pengguna yang bertempat tinggal di Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Timur merasa jika Go-Ride menyenangkan dan memotivasinya untuk menggunakan produknya.

6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang bertempat tinggal di Sulawesi Utara merasa jika Go-Ride monoton dan konservatif. Pengguna Go-Ride yang tinggal di Jakarta

kurang merasa kalau Go-Ride berdaya cipta dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain. Pengguna yang tinggal di Yogyakarta kurang merasa jika Go-Ride berdaya cipta, lazim, dan inovatif daripada pengguna yang tinggal di provinsi lain di Indonesia. Namun begitu, pengguna Go-Ride yang tinggal di Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur merasa Go-Ride produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunaannya.

6.2.5 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori pendidikan terakhir pengguna. Pendidikan terakhir dibagi menjadi 6 kategori yaitu: SD, SMP, SMA/SMK, D1/D2/D3, S1/D4, dan S2. Penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan umur dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan Pendidikan terakhir. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada **Tabel B-10** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada **Gambar 6.11**.

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan Pendidikan terakhir dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, yang paling merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang mempunyai daya Tarik dan menyukai Go-Ride adalah pengguna yang berlatar belakang Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3,

D4/S1, dan S2. Pengguna Go-Ride yang berpendidikan terakhir SD dan SMP merasa bahwa Go-Ride biasa saja, tidak mempunyai daya Tarik baik ataupun buruk.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berlatar belakang Pendidikan terakhir SMP, SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Pengguna dengan latar belakang Pendidikan SD merasa bahwa Go-Ride biasa saja, tidak mudah maupun sulit digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1 paling merasa bahwa Go-Ride efisien dalam membantu pekerjaan. Pengguna dengan latar belakang Pendidikan SD, SMP dan S2 merasa bahwa Go-Ride netral dalam hal efisiensi dalam membantu pekerjaan.

4. *Dependability*

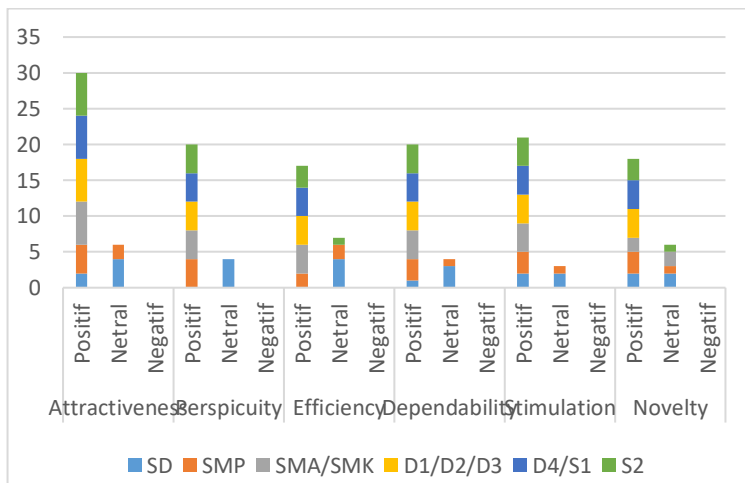
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 paling merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan Go-Ride.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Ride berlatar Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 paling merasa bahwa Go-Ride menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali. Namun, pengguna Go-Ride berpendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 lebih merasa bahwa Go-Ride memotivasi penggunaanya dibandingkan pengguna Go-Ride berlatar Pendidikan terakhir SD dan SMP. Pengguna berpendidikan terakhir SMP, SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 lebih merasa bahwa Go-Ride menarik dibanding pengguna berlatar belakang Pendidikan SD.

6. Novelty

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Go-Ride dengan latar belakang Pendidikan terakhir D1/D2/D3, D4/S1 paling merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunanya. Pengguna berpendidikan terakhir SMA/SMK dan S2 kurang merasa bahwa Go-Ride berdaya cipta dibanding pengguna dengan latar Pendidikan terakhir yang lain, namun mereka tidak mengatakan bahwa Go-Ride konvensional. Pengguna berpendidikan terakhir SD dan SMP kurang merasa bahwa Go-Ride terdepan dibanding pengguna dengan latar Pendidikan yang lain. Terakhir, pengguna dengan latar belakang Pendidikan terakhir SD dan SMA/SMK kurang merasa bahwa Go-Ride inovatif dibanding pengguna berpendidikan terakhir yang lain.

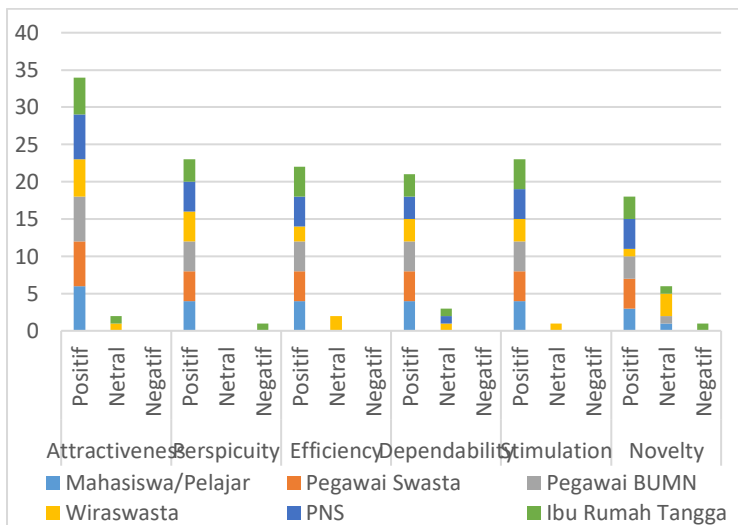


Gambar 6.11 Distribusi Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Pendidikan Terakhir

6.2.6 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Profesi Sesuai KTP

Profesi yang berbeda-beda menandakan bahwa responden berasal dari banyak latar belakang status sosial. Profesi

dikelompokkan menjadi 6 kategori yaitu: Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, Wiraswasta, PNS, Ibu Rumah Tangga. Penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan profesi sesuai KTP dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan profesi sesuai KTP. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan profesi sesuai KTP dapat dilihat pada **Tabel B-11** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan profesi sesuai KTP dapat dilihat pada **Gambar 6.12**.



Gambar 6.12 Distribusi Penilaian User Experience Go-Ride Berdasarkan Profesi Sesuai KTP

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan profesi sesuai KTP dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*
Berdasarkan hasil penelitian, yang paling merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang mempunyai daya Tarik dan menyukai Go-Ride adalah pengguna yang berprofesi sebagai Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, dan PNS. Pengguna Go-Ride yang berprofesi sebagai Wiraswasta dan Ibu rumah tangga kurang merasa bahwa daya Tarik Go-Ride memuaskan.
2. *Perspiciuity*
Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, Wiraswasta, dan PNS merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Namun pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tanggaa merasa bahwa menggunakan Go-Ride membingungkan.
3. *Efficiency*
Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, PNS dan Ibu rumah tangga paling merasa bahwa Go-Ride efisien dalam membantu pekerjaan. Kelompok pengguna dengan profesi Wiraswasta kurang merasa bahwa Go-Ride produk yang praktis dan cepat dibanding kelompok profesi lain.
4. *Dependability*
Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, dan Pegawai BUMN paling merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan Go-Ride. Sedangkan, pengguna dengan profesi Wiraswasta dan PNS kurang merasa bahwa Go-Ride aman digunakan dibanding pengguna dengan profesi yang lain. Pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga kurang merasa bahwa Go-Ride dapat diprediksi.
5. *Stimulation*
Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, PNS dan Ibu rumah tangga paling merasa bahwa Go-Ride

menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali. Namun, pengguna Go-Ride yang berprofesi sebagai wiraswasta kurang merasa bahwa Go-Ride memotivasinya dibanding pengguna dengan kelompok profesi lain.

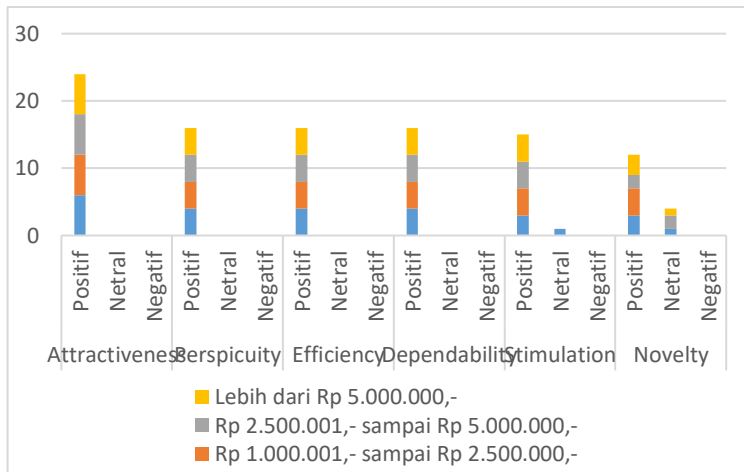
6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan profesi Pegawai swasta dan PNS paling merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunaannya. Pengguna yang berprofesi mahasiswa/pelajar, pegawai BUMN, wiraswasta dan ibu rumah tangga kurang merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang berdaya cipta dibanding kelompok profesi lain. Profesi wiraswasta kurang merasa bahwa Go-Ride kreatif dan inovatif dibanding profesi lain. Bahkan, pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga merasa bahwa Go-Ride adalah produk yang lazim.

6.2.7 Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Rata-rata Penghasilan

Rata-rata penghasilan menandakan status social ekonomi responden. Rata-rata penghasilan dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu: Kurang dari Rp 1.000.000,-, Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,-, Rp, 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,-, Lebih dari Rp 5.000.000,-. Penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan rata-rata penghasilan dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan rata-rata penghasilan. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan rata-rata penghasilan dapat dilihat pada **Tabel B-12** di **LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE**. Visualisasi hasil penilaian

user experience berdasarkan rata-rata penghasilan dapat dilihat pada **Gambar 6.13**.



Gambar 6.13 Distribusi Penilaian *User Experience Go-Ride* Berdasarkan Rata-rata Penghasilan

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan rata-rata penghasilan dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*
Berdasarkan hasil penelitian, semua kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata yang dipakai pada penelitian yaitu kurang dari Rp 1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000,- merasa bahwa menyukai Go-Ride.
2. *Perspicuity*
Berdasarkan hasil penelitian, semua kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata yang dipakai pada penelitian yaitu kurang dari Rp 1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000,- merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari.
3. *Efficiency*
Berdasarkan hasil penelitian, semua kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata yang dipakai pada penelitian

yaitu kurang dari Rp 1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000,- merasa bahwa Go-Ride efisien dalam membantu pekerjaan.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, semua kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata yang dipakai pada penelitian yaitu kurang dari Rp 1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000,- merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan Go-Ride.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok pengguna berpenghasilan rata-rata Rp 1.000.001,- hingga lebih dari Rp 5.000.000,- lebih merasa bahwa Go-Ride menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali dibanding pengguna berpenghasilan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,-. Pengguna berpenghasilan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- kurang merasa bahwa Go-Ride memotivasi mereka dibanding pengguna berpenghasilan di atasnya.

6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan rata-rata penghasilan Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,- paling merasa bahwa Go-Ride merupakan produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunaannya. Pengguna dengan penghasilan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,-, Rp, 2.500.001,- hingga lebih dari Rp 5.000.000,- kurang merasa bahwa Go-Ride berdaya cipta dibanding pengguna berpenghasilan rata-rata Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,-. Pengguna berpenghasilan rata-rata Rp, 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,- kurang merasa bahwa Go-Ride produk yang terdepan dibanding pengguna dengan kelompok penghasilan rata-rata yang lain.

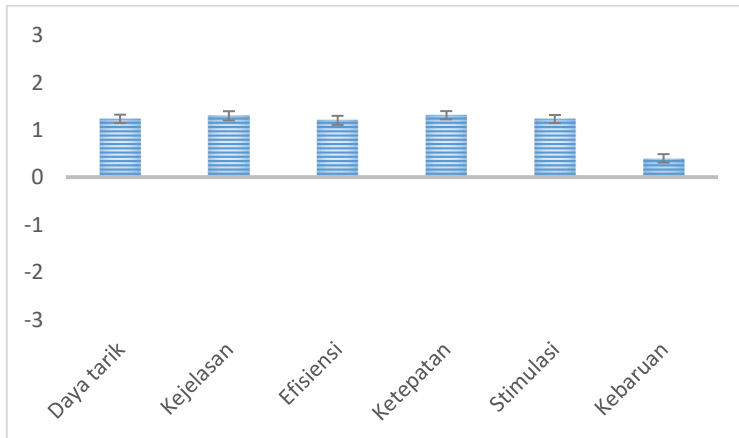
6.3 Hasil Analisis *User Experience* GrabBike

Hasil penilaian *user experience* GrabBike secara keseluruhan dapat dilihat pada **Tabel 6.3**.

Tabel 6.3 Hasil Analisis *User Experience* GrabBike Keseluruhan

Variabel	Kode Item	Mean	Keterangan
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	ATT1	1,2	Memuaskan
	ATT2	1,5	Baik
	ATT3	1,3	Menggembirakan
	ATT4	1,3	Nyaman
	ATT5	0,8	Netral (Tidak memilih atraktif ataupun tidak atraktif)
	ATT6	1,2	Ramah Pengguna
Kejelasan (<i>Perspiciuity</i>)	PER1	1,5	Dapat dipahami
	PER2	1,1	Mudah dipelajari
	PER3	1,4	Sederhana
	PER4	1,2	Jelas
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	EFF1	0,9	Cepat
	EFF2	1,4	Efisien
	EFF3	1,4	Praktis
	EFF4	1,1	Terorganisasi
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	DEP1	1,4	Dapat diprediksi
	DEP2	1,4	Mendukung
	DEP3	1,3	Aman
	DEP4	1,1	Memenuhi ekspektasi
	STI1	2,0	Bermanfaat

Variabel	Kode Item	Mean	Keterangan
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	STI2	0,7	Netral (Tidak memilih membosankan ataupun mengasyikkan)
	STI3	0,8	Netral (Tidak memilih menarik ataupun tidak menarik)
	STI4	1,4	Memotivasi
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	NOV1	0,3	Netral (Tidak memilih kreatif ataupun monoton)
	NOV2	0,4	Netral (Tidak memilih berdaya cipta ataupun konvensional)
	NOV3	0,5	Netral (Tidak memilih lazim ataupun terdepan)
	NOV4	0,5	Netral (Tidak memilih konservatif ataupun inovatif)



Gambar 6.14 Visualisasi Penilaian *User Experience* GrabBike Secara Keseluruhan

GrabBike mendapatkan 19 evaluasi positif, dan 7 evaluasi netral secara keseluruhan atas produknya. GrabBike tidak mendapatkan evaluasi negative secara keseluruhan. *User experience* GrabBike dinilai menggunakan 6 variabel yang ada pada kuesioner. Visualisasi penilaian *user experience* GrabBike secara keseluruhan dapat dilihat pada **Gambar 6.14**.

Berikut adalah penilaian *user experience* GrabBike secara keseluruhan dilihat dari variable pengukurnya:

1. *Attractiveness*

Variabel *attractiveness* adalah variable pertama yang digunakan untuk menilai *user experience* GrabBike. Variabel *attractiveness* berisi impresi secara keseluruhan dari produk yang menjadi objek, dalam hal ini adalah GrabBike. Variabel ini memberikan jawaban atas pernyataan apakah pengguna menyukai atau tidak menyukai GrabBike. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk kelima item pada variable *attractiveness*. Pengguna setuju bahwa GrabBike memuaskan, berdaya Tarik baik, menggembirakan, nyaman dan ramah pengguna. Pengguna GrabBike kurang setuju bahwa GrabBike adalah produk yang atraktif.

2. *Perspicity*

Variabel *perspicity* adalah variable kedua yang digunakan untuk menilai *user experience* GrabBike. Variabel *perspicity* berisi kemungkinan bahwa produk dapat dipahami dengan mudah. Variabel ini berbicara mengenai apakah pengguna GrabBike tidak sukar menggunakan atau mempelajari GrabBike. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *perspicity*. Secara keseluruhan GrabBike dapat dikatakan sebagai produk yang mudah digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Variabel *efficiency* adalah variable kedua yang digunakan untuk menilai *user experience* GrabBike. Variabel

efficiency berisi kemungkinan bahwa produk GrabBike dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan efisien . Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *efficiency*. Secara keseluruhan GrabBike dapat dikatakan sebagai produk yang dapat membantu pekerjaan dengan efisien.

4. *Dependability*

Variabel *dependability* adalah variable ketiga yang digunakan untuk menilai *user experience* GrabBike. Variabel *dependability* berisi kemungkinan bahwa pengguna dapat mengendalikan interaksi dengan produk GrabBike. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *dependability*. Secara keseluruhan GrabBike dapat dikatakan sebagai produk yang membuat pengguna dapat mengendalikan interaksi.

5. *Stimulation*

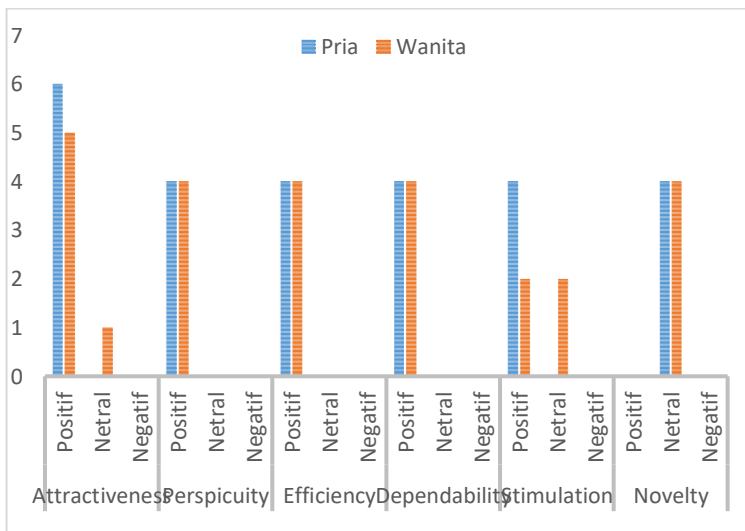
Variabel *stimulation* adalah variable kelima yang digunakan untuk menilai *user experience* GrabBike. Variabel *stimulation* berisi kemungkinan bahwa menyenangkan dan termotivasi dalam menggunakan produk GrabBike. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna mengatakan bahwa GrabBike bermanfaat dan memotivasi. Namun pengguna kurang setuju bahwa menggunakan produk GrabBike mengasyikkan dan menarik.

6. *Novelty*

Variabel *novelty* adalah variable terakhir yang digunakan untuk menilai *user experience* GrabBike. Variabel *novelty* berisi kemungkinan bahwa produk GrabBike menarik minat penggunanya. Apakah produk GrabBike inovatif dan kreatif. Berdasarkan hasil penelitian, pengguna memberikan nilai netral untuk semua item pada variable *novelty*. Dimana menyimpulkan bahwa pengguna GrabBike kurang setuju bahwa GrabBike menarik minat penggunanya dengan menampilkan sisi inovatif dan kreatifnya.

6.3.1 Hasil Analisis *User experience* GrabBike Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori jenis kelamin. Terdapat dua jenis kelamin di Indonesia, yaitu pria dan wanita. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan jenis kelamin dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan jenis kelamin. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada **Tabel C-1** di **LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Distribusi hasil penilaian *user experience* berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada **Gambar 6.15**.



Gambar 6.15 Distribusi Penilaian User Experience GrabBike Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan jenis kelamin dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita setuju bahwa GrabBike memuaskan, berdaya Tarik baik, menggemirakan, nyaman dan ramah pengguna. Namun pengguna pria mengatakan bahwa GrabBike lebih atraktif daripada pengguna wanita.

2. *Perspiciuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *perspiciuity*. Baik pengguna pria dan wanita mengatakan bahwa GrabBike merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *efficiency*. Baik pengguna pria dan wanita mengatakan bahwa GrabBike merupakan produk yang dapat membantu pekerjaan dengan efisien.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna pria dan wanita memberikan nilai positif untuk semua item pada variable *dependability*. Baik pengguna pria dan wanita sama-sama merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan GrabBike.

5. *Stimulation*

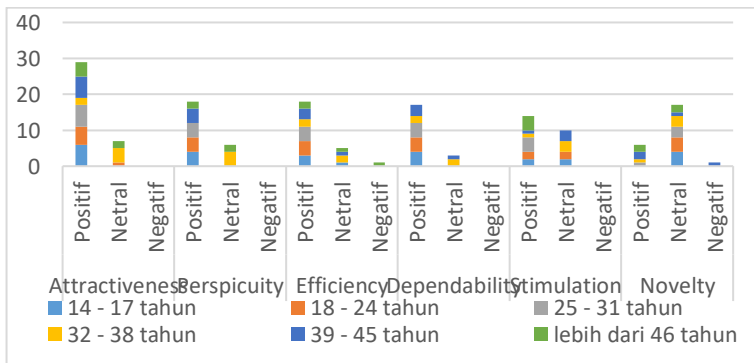
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna GrabBike pria dan wanita sama-sama merasa bahwa GrabBike bermanfaat dan memotivasi ketika menggunakan produknya. Namun, pengguna GrabBike pria lebih merasa bahwa menggunakan GrabBike mengasyikkan dan menarik dibandingkan pengguna GrabBike wanita.

6. Novelty

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna GrabBike pria dan wanita sama-sama kurang setuju bahwa GrabBike menarik minat penggunaannya dengan menampilkan sisi inovatif dan kreatifnya.

6.3.2 Hasil Analisis *User experience* GrabBike Berdasarkan Umur

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori umur. Umur dibagi menjadi 6 kategori yaitu: 14-17 tahun, 18-24 tahun, 25-31 tahun, 32-38 tahun, 39-45 tahun, lebih dari 46 tahun. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan umur dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan umur. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Tabel C-2 di LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Gambar 6.16**.



Gambar 6.16 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Umur

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan umur dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, yang paling merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mempunyai daya Tarik dan menyukai GrabBike adalah pengguna berumur 14-17 tahun, 25-31 tahun, dan 39-45 tahun. Pengguna GrabBike 18-24 tahun kurang merasa bahwa GrabBike atraktif. Pengguna berumur rentang 32-38 tahun kurang merasa bahwa GrabBike memuaskan, menggembirakan ketika memakai produknya, atraktif tampilan produknya dan ramah pengguna dibanding rentang umur yang lain. Pengguna berusia 39 tahun keatas kurang setuju bahwa GrabBike menggembirakan dan nyaman ketika dipakai dibanding pengguna dengan rentang umur yang lain.

2. *Perspiciuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berumur 14-31 tahun dan 39-45 tahun paling merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Pengguna berumur 32-38 tahun merasa bahwa GrabBike biasa saja, tidak mudah maupun sulit digunakan atau dipelajari. Pengguna berumur 46 tahun keatas kurang merasa bahwa GrabBike produk yang sederhana dan jelas digunakan daripada rentang umur yang lain.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berumur 18-31 tahun paling merasa bahwa GrabBike efisien dalam membantu pekerjaan. Pengguna berumur 14-17 tahun merasa bahwa GrabBike sedang dalam kecepatan akses, tidak cepat maupun lambat. Pengguna berumur 32-38 tahun kurang merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang efisien dan terorganisasi dibanding rentang umur yang lain. Pengguna berumur 39-45 tahun kurang merasa bahwa GrabBike produk yang efisien dibanding rentang umur yang lain. Pengguna berumur 45 tahun keatas merasa bahwa GrabBike lambat dan kurang setuju akan pernyataan

GrabBike adalah produk yang efisien dibanding rentang umur yang lain.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berumur 14-31 tahun dan lebih dari 46 tahun paling merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan GrabBike.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna GrabBike berumur 25-31 tahun dan 45 tahun keatas yang paling merasa bahwa GrabBike menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali. Pengguna GrabBike berumur 14-24 tahun dan 32-45 tahun kurang merasa bahwa GrabBike mengasyikkan dan menarik ketika digunakan dibanding rentang umur yang lain. Pengguna berumur 32-45 tahun kurang merasa bahwa GrabBike produk yang memotivasi penggunaanya dibanding pengguna dengan rentang umur yang lain.

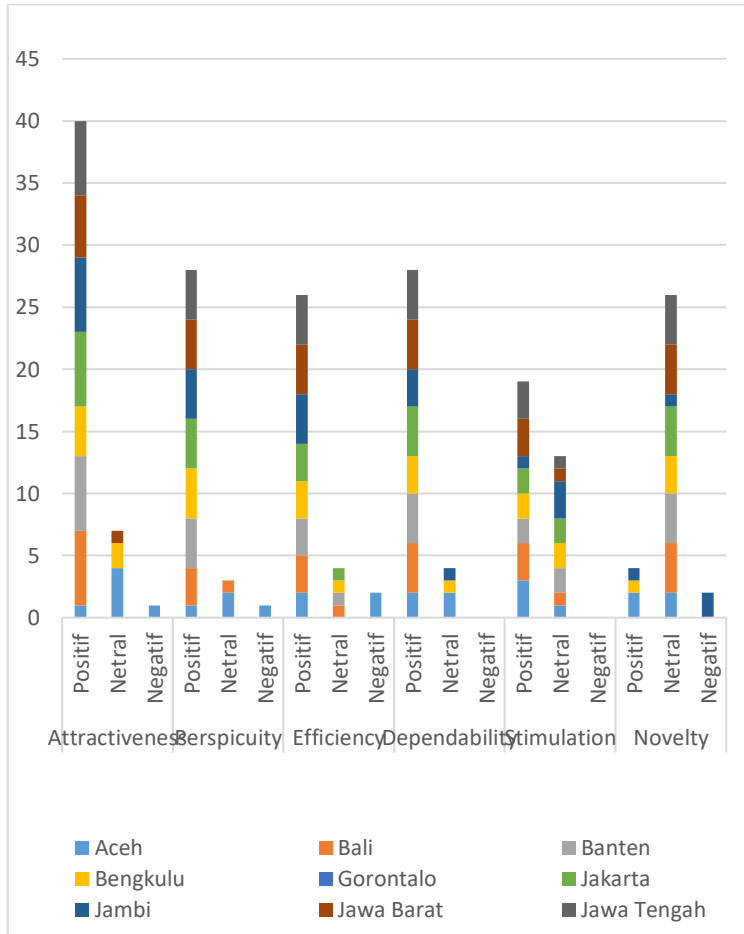
6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna GrabBike berumur 39-45 tahun merasa bahwa GrabBike adalah produk yang lazim. Pengguna berumur 14-24 tahun yang paling kurang merasa bahwa Go-Ride produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunaanya dibanding pengguna dengan rentang umur yang lain.

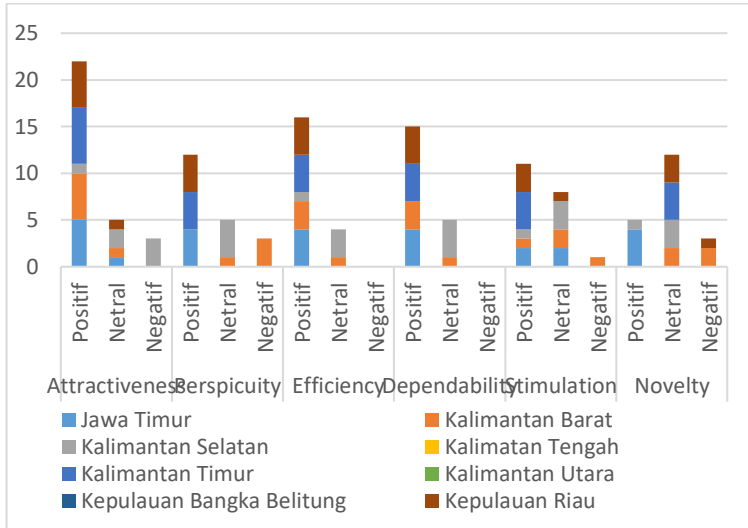
6.3.3 Hasil Analisis *User experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori provinsi kelahiran. Sebelumnya telah dijelaskan pada **Bab 5** bahwa dikarenakan kota kelahiran terlalu luas untuk dianalisis maka dilakukan penyatuan kota yang ada dalam satu provinsi. Sehingga analisis yang dilakukan menjadi berdasarkan kategori provinsi kelahiran. Provinsi yang digunakan adalah 34 provinsi di Indonesia. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data*

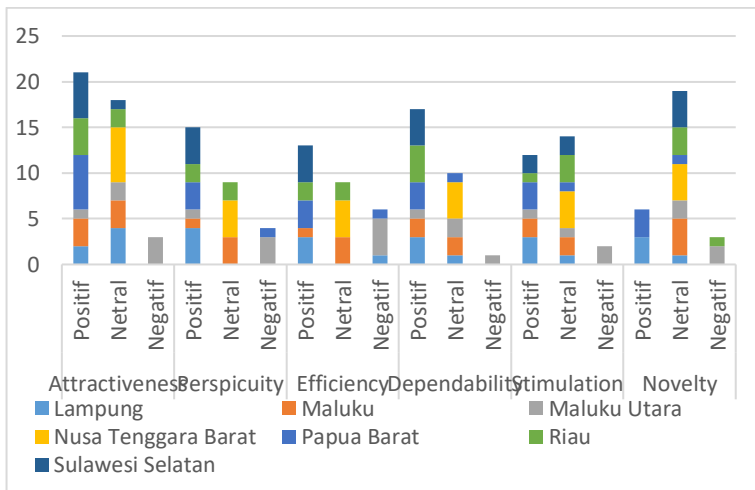
Analysis Tool. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Tabel C-3** di **LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan provinsi kelahiran dapat dilihat pada **Gambar 6.17-Gambar 6.20**.



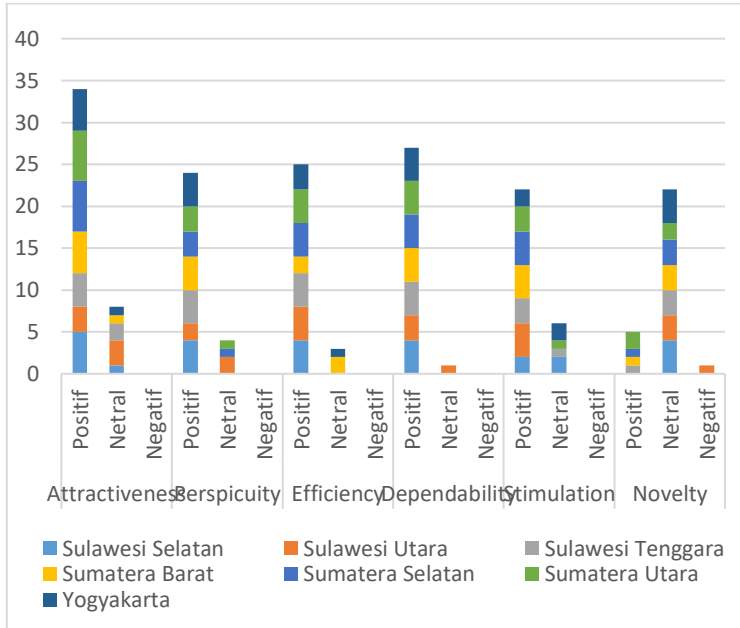
Gambar 6.17 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1



Gambar 6.18 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2



Gambar 6.19 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3



Gambar 6.20 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan provinsi kelahirannya dilihat dari variable pengukurannya:

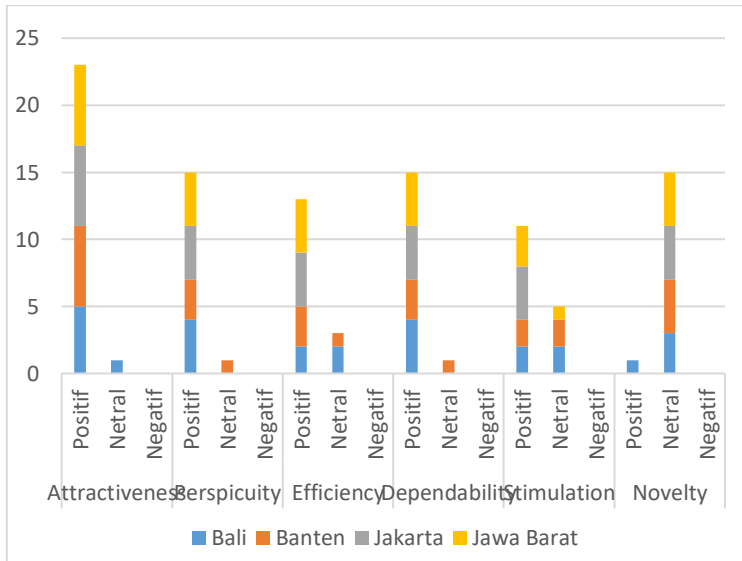
1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Kalimantan Selatan dan Maluku Utara tidak menyukai GrabBike. Pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara juga cenderung tidak nyaman menggunakan GrabBike. Pengguna yang lahir di Aceh merasa bahwa GrabBike tidak memuaskan. Pengguna yang lahir di Kalimantan Selatan merasa GrabBike tidak atraktif. Pengguna yan lahir di Jawa Barat dan Jawa Timur kurang merasa bahwa GrabBike atraktif dibanding pengguna yang lahir pada provinsi lain.

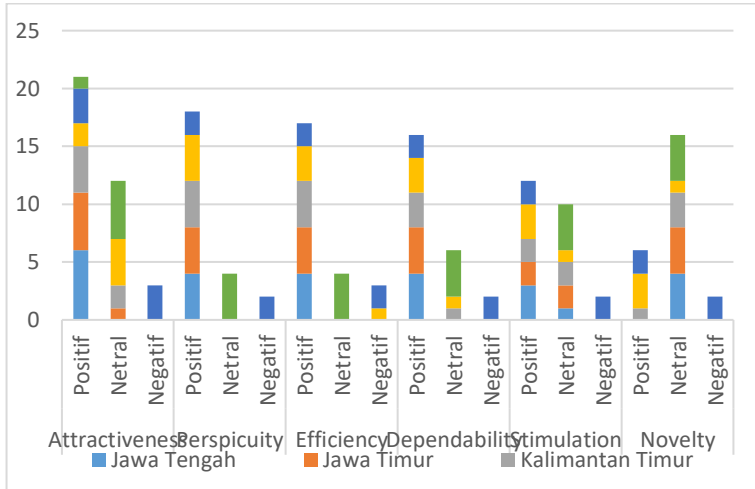
2. *Perspicuity*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Aceh, Kalimantan Barat, Maluku Utara dan Papua mengatakan bahwa GrabBike sulit dipelajari. Pengguna berkelahiran di provinsi Kalimantan Barat dan Maluku Utara setuju jika GrabBike membingungkan.
3. *Efficiency*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Aceh, Lampung, Maluku Utara, dan Papua Barat mengatakan bahwa GrabBike lambat. Pengguna berkelahiran provinsi Jakarta kurang merasa GrabBike cepat disbanding pengguna yang lahir di provinsi lain. Pengguna yang lahir di provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten setuju jika GrabBike efisien dalam membantu pekerjaan.
4. *Dependability*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara merasa tidak aman terhadap GrabBike. Pengguna yang lahir di seluruh provinsi di pulau jawa merasa dapat mengendalikan interaksi dengan GrabBike.
5. *Stimulation*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan provinsi kelahiran Kalimantan Barat merasa jika GrabBike tidak memotivasinya. Sedangkan pengguna yang lahir di provinsi Maluku Utara merasa GrabBike kurang bermanfaat dan membosankan menggunakan produknya.
6. *Novelty*
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan provinsi kelahiran Jambi, Kalimantan Barat dan Kepulauan Riau mengatakan bahwa GrabBike Konvensional. Pengguna yang lahir di seluruh provinsi di pulau Jawa memberi jawaban netral untuk variable ini.

6.3.4 Hasil Analisis *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal

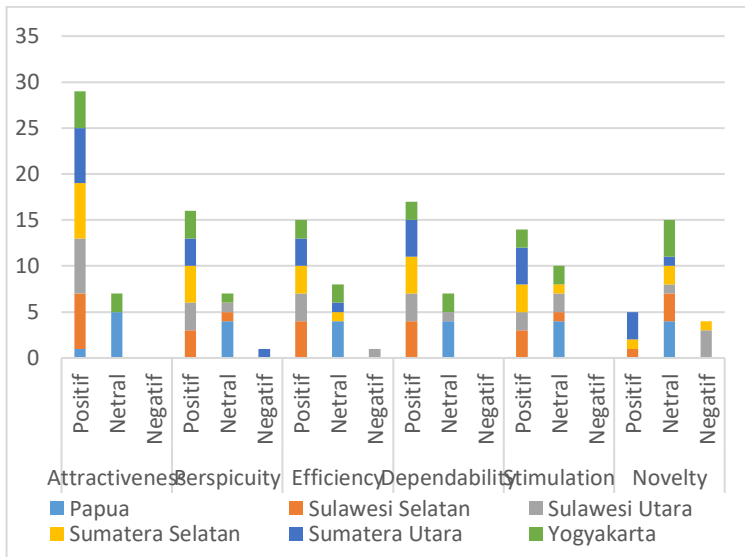
Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori tempat tinggal. Sebelumnya telah dijelaskan pada bab implementasi bahwa dikarenakan kota tempat tinggal terlalu luas untuk dianalisis maka dilakukan penyatuan kota yang ada dalam satu provinsi. Sehingga analisis yang dilakukan menjadi berdasarkan kategori provinsi tempat tinggal. Provinsi yang digunakan adalah 34 provinsi di Indonesia. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan umur dapat dilihat pada **Tabel C-7** di **LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan provinsi tempat tinggal dapat dilihat pada **Gambar 6.21**.



Gambar 6.21 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1



Gambar 6.22 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2



Gambar 6.23 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan provinsi tempat tinggalnya dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Maluku Utara menganggap bahwa GrabBike tidak memuaskan, pengguna tidak menyukai menggunakan GrabBike, dan tidak nyaman menggunakan GrabBike.

2. *Perspiciuity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Maluku tidak dapat memahami GrabBike dan menganggap GrabBike rumit. Pengguna yang tinggal di Sumatra Utara merasa bahwa GrabBike membingungkan.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang bertempat tinggal di Lampung menganggap bahwa GrabBike lambat. Pengguna yang tinggal di Maluku merasa bahwa GrabBike tidak efisien dan tidak praktis. Pengguna yang tinggal di Sulawesi Utara merasa bahwa GrabBike tidak efisien.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Maluku mengatakan bahwa GrabBike tidak dapat diprediksi dan menghalangi menyelesaikan pekerjaan.

5. *Stimulation*

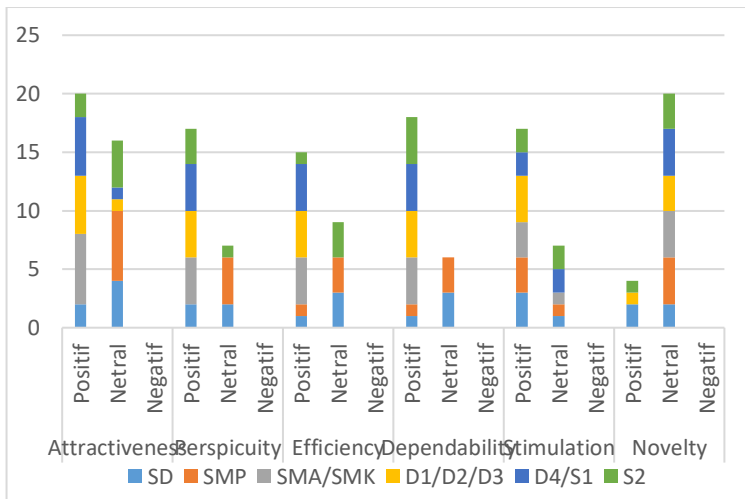
Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang tinggal di provinsi Maluku merasa bahwa menggunakan GrabBike membosankan dan tidak menarik.

6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna yang bertempat tinggal di Maluku merasa GrabBike produk yang lazim dan konservatif. Pengguna yang tinggal di Sulawesi Utara mengatakan GrabBike monoton, konvensional dan lazim. Sedangkan pengguna yang tinggal di Sumatera Selatan berkata bahwa GrabBike konservatif.

6.3.5 Hasil Analisis *User Experience* GrabBike Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada bagian ini, dilakukan analisis berdasarkan kategori pendidikan terakhir pengguna. Pendidikan terakhir dibagi menjadi 6 kategori yaitu: SD, SMP, SMA/SMK, D1/D2/D3, S1/D4, dan S2. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan umur dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan Pendidikan terakhir. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada **Tabel C-10** di **LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada **Gambar 6.24**.



Gambar 6.24 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan Pendidikan terakhir dilihat dari variable pengukurnya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, yang paling merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mempunyai daya Tarik dan menyukai GrabBike adalah pengguna yang berlatar belakang Pendidikan terakhir SMA/SMK. Pengguna GrabBike yang berpendidikan terakhir SD dan SMP merasa bahwa GrabBike biasa saja, tidak mempunyai daya Tarik baik ataupun buruk.

2. *Perspicity*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna berlatar belakang Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, dan D4/S1 merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Pengguna dengan latar belakang Pendidikan SD dan SMP merasa bahwa GrabBike biasa saja, tidak mudah maupun sulit digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1 paling merasa bahwa GrabBike efisien dalam membantu pekerjaan. Pengguna dengan latar belakang Pendidikan SD, SMP dan S2 merasa bahwa GrabBike netral dalam hal efisiensi dalam membantu pekerjaan.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan Pendidikan terakhir SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, S2 paling merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan GrabBike.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna GrabBike berlatar Pendidikan terakhir D1/D2/D3 yang paling merasa bahwa menyenangkan dan memotivasi menggunakan produk GrabBike. Pengguna berpendidikan terakhir SMP, SMA/SMK, D4/S1 dan S2 kurang merasa bahwa

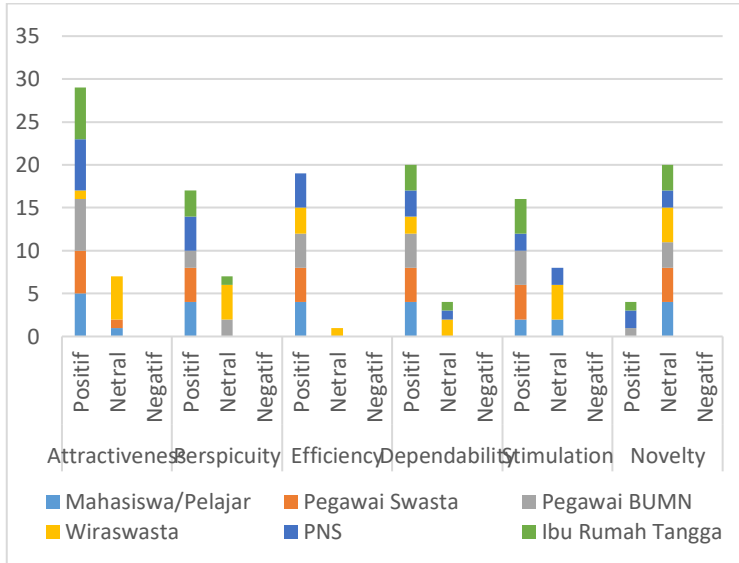
menggunakan GrabBike mengasyikkan. Pengguna berpendidikan terakhir D4/S1 kurang merasa bahwa GrabBike bermanfaat dibanding pengguna berpendidikan terakhir yang lain. Pengguna dengan latar belakang Pendidikan terakhir S2 kurang merasa bahwa menarik menggunakan GrabBike.

6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, hanya pengguna GrabBike berlatar Pendidikan terakhir SMP yang merasa bahwa GrabBike kreatif dan berdaya cipta. Hanya pengguna berpendidikan terakhir D1/D2/D3 yang merasa bahwa GrabBike adalah produk yang terdepan. Dan hanya pengguna berpendidikan terakhir S2 yang merasa bahwa GrabBike adalah produk yang inovatif dibanding pengguna dengan Pendidikan terakhir yang lain.

6.3.6 Hasil Analisis *User Experience* GrabBike Berdasarkan Profesi Sesuai KTP

Profesi yang berbeda-beda menandakan bahwa responden berasal dari banyak latar belakang status sosial. Profesi dikelompokkan menjadi 6 kategori yaitu: Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, Wiraswasta, PNS, Ibu Rumah Tangga. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan profesi sesuai KTP dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan profesi sesuai KTP. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan profesi sesuai KTP dapat dilihat pada **Tabel C-11** di **LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan profesi sesuai KTP dapat dilihat pada **Gambar 6.25**.



Gambar 6.25 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Profesi Sesuai KTP

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan profesi sesuai KTP dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, yang paling merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mempunyai daya Tarik dan menyukai GrabBike adalah pengguna yang berprofesi sebagai Pegawai BUMN, PNS dan ibu rumah tangga. Pengguna GrabBike yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar, pegawai swasta dan Wiraswasta kurang merasa bahwa GrabBike atraktif dibanding profesi lain yang ada pada penelitian. Pengguna yang berprofesi sebagai wiraswasta kurang merasa bahwa GrabBike memuaskan, menggembirakan, nyaman, dan ramah pengguna dibanding pengguna dengan profesi lain pada penelitian.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta dan PNS merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Namun pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga merasa bahwa menggunakan GrabBike membingungkan. Kelompok profesi wiraswasta adalah pengguna yang paling kurang merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari. Kelompok profesi pegawai BUMN kurang merasa GrabBike produk yang mudah dipelajari dan sederhana dibanding profesi lain yang ada di penelitian. Dan pengguna dengan profesi ibu rumah tangga kurang merasa bahwa GrabBike produk yang jelas.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, Pegawai BUMN, PNS dan Ibu rumah tangga paling merasa bahwa GrabBike efisien dalam membantu pekerjaan. Kelompok pengguna dengan profesi Wiraswasta kurang merasa bahwa GrabBike produk yang efisien dibanding kelompok profesi lain.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Mahasiswa/Pelajar, Pegawai Swasta, dan Pegawai BUMN paling merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan GrabBike. Sedangkan, pengguna dengan profesi Wiraswasta dan PNS merasa bahwa GrabBike kurang aman digunakan dibanding pengguna dengan profesi yang lain. Pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga kurang merasa bahwa GrabBike dapat diprediksi. Dan pengguna dengan profesi wiraswasta kurang merasa bahwa GrabBike memenuhi ekspektasinya dibanding pengguna dengan profesi yang lain.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok profesi Pegawai Swasta, Pegawai BUMN dan Ibu rumah tangga paling

merasa bahwa GrabBike menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali. Sebaliknya pengguna dengan profesi wiraswasta paling kurang merasa bahwa GrabBike menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali dibanding profesi lain. Pengguna dengan profesi pelajar/mahasiswa dan PNS sama-sama kurang merasa bahwa menggunakan GrabBike mengasyikkan dan menarik dibandingkan pengguna dengan profesi lain pada penelitian.

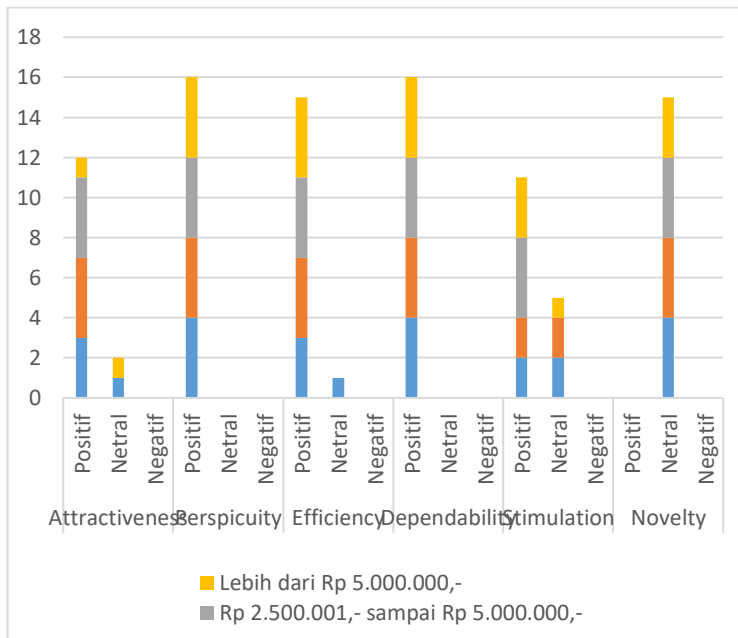
6. *Novelty*

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan profesi mahasiswa/pelajar Pegawai swasta paling kurang merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang kreatif, inovatif dan menarik minat penggunanya. Pengguna yang berprofesi pegawai BUMN paling merasa bahwa produk GrabBike terdepan. Pengguna yang berprofesi sebagai PNS adalah yang paling setuju jika GrabBike dikatakan sebagai produk yang berdaya cipta dan inovatif dibanding profesi lain. Terakhir, profesi ibu rumah tangga adalah yang paling merasa bahwa GrabBike kreatif.

6.3.7 Hasil Analisis *User Experience* GrabBike Berdasarkan Rata-rata Penghasilan

Rata-rata penghasilan menandakan status social ekonomi responden. Rata-rata penghasilan dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu: Kurang dari Rp 1.000.000,-, Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,-, Rp, 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,-, Lebih dari Rp 5.000.000,-. Penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Seluruh hasil penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan rata-rata penghasilan dihitung nilai rata-rata (*mean*). Hasil nilai rata-rata (*mean*) ini kemudian digunakan sebagai pedoman dalam membuat analisis *user experience* berdasarkan rata-rata penghasilan. Hasil penilaian *user experience* berdasarkan rata-rata penghasilan

dapat dilihat pada **Tabel C-12** di **LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GRABBIKE**. Visualisasi hasil penilaian *user experience* berdasarkan rata-rata penghasilan dapat dilihat pada **Gambar 6.26**.



Gambar 6.26 Distribusi Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Rata-rata Penghasilan

Berikut adalah penjabaran analisis penilaian *user experience* GrabBike berdasarkan rata-rata penghasilan dilihat dari variable pengukurannya:

1. *Attractiveness*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata Rp 1.000.001,- sampai Rp 5.000.000,- adalah yang paling merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mempunyai daya tarik dan penggunaannya menyukai GrabBike. Pengguna dengan kelompok penghasilan kurang dari Rp 1.000.000,- dan lebih dari Rp

5.000.000,- kurang merasa bahwa GrabBike atraktif dibanding pengguna kelompok penghasilan lain.

2. *Perspicuity*

Berdasarkan hasil penelitian, semua kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata yang dipakai pada penelitian yaitu kurang dari Rp 1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000,- merasa bahwa GrabBike merupakan produk yang mudah digunakan atau dipelajari.

3. *Efficiency*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata Rp 1.000.001,- sampai lebih dari Rp 5.000.000,- paling merasa bahwa GrabBike efisien dalam membantu pekerjaan. Pengguna dengan penghasilan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- kurang merasa bahwa GrabBike produk yang cepat.

4. *Dependability*

Berdasarkan hasil penelitian, semua kelompok pengguna dengan penghasilan rata-rata yang dipakai pada penelitian yaitu kurang dari Rp 1.000.000 hingga lebih dari Rp 5.000.000,- merasa bahwa mereka dapat memegang kendali interaksi dengan GrabBike.

5. *Stimulation*

Berdasarkan hasil penelitian, kelompok pengguna berpenghasilan rata-rata Rp, 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,- adalah yang paling merasa bahwa GrabBike menyenangkan dan memotivasi untuk menggunakannya kembali dibanding pengguna berpenghasilan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- hingga Rp, 2.500.000,- dan lebih dari Rp 5.000.000,-. Pengguna berpenghasilan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- hingga Rp, 2.500.000,- kurang merasa bahwa menggunakan GrabBike mengasyikkan dan menarik daripada pengguna dengan kelompok penghasilan yang lain. Sedangkan pengguna dengan penghasilan rata-rata lebih dari Rp 5.000.000,- kurang merasa bahwa menggunakan GrabBike mengasyikkan.

6. Novelty

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna dengan rata-rata penghasilan lebih dari Rp 5.000.000,- paling merasa bahwa GrabBike merupakan produk terdepan dibanding pengguna dengan kelompok rata-rata penghasilan kurang dari Rp 5.000.000,-.

6.4 Perbandingan Hasil Analisis *User Experience* Go-Ride dan GrabBike

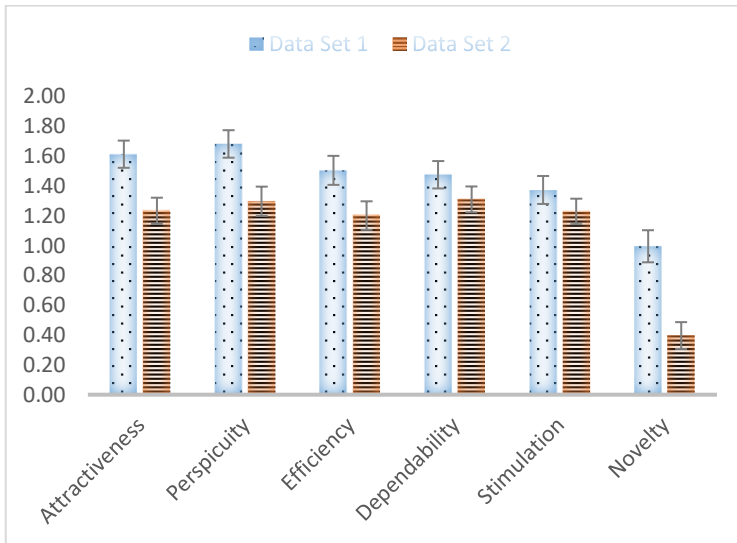
Pada tahap ini akan dijabarkan mengenai perbandingan *user experience* Go-Ride dan GrabBike. Penilaian perbandingan *user experience* dengan menggunakan *T-Test*. Dilakukan *T-Test* menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. *T-Test* untuk melihat ada tidaknya perbedaan signifikansi antara Go-Ride dengan GrabBike. *T-Test* menggunakan alpha-level (α) = 0.05. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat perbedaan signifikan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat perbedaan yang signifikan [28]. Hasil penilaian perbandingan *user experience* Go-Ride dan GrabBike dapat dilihat pada **Tabel 6.4**.

Tabel 6.4 Hasil Penilaian Perbandingan *User Experience* Go-Ride dan GrabBike

Variabel	Mean Modul		Nilai Signifikansi	Evaluasi Signifikansi
	Go-Ride	GrabBike		
<i>Attractiveness</i>	1,65	1,23	0,0000	Significant Difference
<i>Efficiency</i>	1,72	1,31	0,0000	Significant Difference
<i>Perspiciuity</i>	1,56	1,22	0,0000	Significant Difference
<i>Dependability</i>	1,51	1,33	0,0065	Significant Difference
<i>Stimulation</i>	1,40	1,21	0,0034	Significant Difference

Variabel	Mean Modul		Nilai Signifikansi	Evaluasi Signifikansi
	Go-Ride	GrabBike		
<i>Novelty</i>	0,98	0,34	0,0000	Significant Difference

Pada uji perbandingan antara Go-Ride dengan GrabBike, seluruh variable yang diuji pada kedua produk menghasilkan nilai signifikansi sebesar < 0.05 . *T-Test* menggunakan hipotesis one-tail, karena hipotesis yang digunakan sudah jelas apakah ada perbedaan yang signifikan atau tidak. Visualisasi perbandingan *T-Test* Go-Ride dan GrabBike dapat dilihat pada **Gambar 6.27**, sebelah kiri atau yang berwarna biru adalah Go-Ride dan sebelah kanan atau yang berwarna orange adalah GrabBike.



Gambar 6.27 Visualisasi Hasil Penilaian Perbandingan *User Experience* Go-Ride Dan GrabBike (Data Set 1: Go-Ride, Data Set 2: GrabBike)

Dari hasil visualisasi perbandingan *user experience* Go-Ride dan GrabBike dapat diperoleh bahwa:

1. Go-Ride lebih unggul dalam hal daya tarik (*attractiveness*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike lebih menyukai Go-Ride dibanding GrabBike. Go-Ride memiliki daya tarik yang lebih baik daripada GrabBike.
 - Berdasarkan jenis kelamin, pengguna ojek *online* wanita menganggap Go-Ride lebih atraktif dibandingkan GrabBike.
 - Berdasarkan provinsi tempat tinggal, pengguna ojek *online* yang tinggal di Maluku merasa Go-Ride lebih memenggembirakan dan nyaman digunakan dibandingkan GrabBike.
2. Go-Ride lebih unggul dalam hal kejelasan (*perspicuity*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike dapat memahami dan mempelajari produk Go-Ride lebih mudah dibanding produk GrabBike. Go-Ride memiliki kejelasan yang lebih baik daripada GrabBike.
 - Berdasarkan provinsi tempat tinggal, pengguna ojek *online* yang tinggal di Maluku merasa bahwa GrabBike lebih susah dipahami dan rumit dibandingkan Go-Ride. Pengguna yang tinggal di Sumatra Utara mengatakan bahwa GrabBike lebih membingungkan dibandingkan dengan Go-Ride.
 - Berdasarkan profesi sesuai KTP, pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga merasa bahwa Go-Ride membingungkan dibandingkan GrabBike.
3. Go-Ride lebih unggul dalam hal efisiensi (*efficiency*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa Go-Ride lebih efisien dalam membantu menyelesaikan pekerjaan dibanding GrabBike. Go-Ride memiliki efisiensi yang lebih baik daripada GrabBike.
 - Berdasarkan kategori umur, pengguna ojek *online* berumur 39 – 45 tahun merasa bahwa Go-Ride lambat dibandingkan GrabBike. Sedangkan pengguna ojek *online* berumur lebih dari 46 tahun merasa bahwa GrabBike lambat dibandingkan Go-Ride.

- Berdasarkan provinsi tempat tinggal, pengguna yang tinggal di Bali merasa bahwa GrabBike lebih cepat dibandingkan Go-Ride.
4. Go-Ride lebih unggul dalam hal ketepatan (*dependability*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa lebih dapat mengendalikan interaksi dengan produk Go-Ride dibanding produk GrabBike. Go-Ride memiliki ketepatan yang lebih baik daripada GrabBike.
 - Berdasarkan provinsi tempat tinggal, pengguna yang tinggal di Sulawesi Utara merasa bahwa Go-Ride tidak dapat diprediksi dibandingkan GrabBike. Pengguna yang tinggal di Maluku mengatakan bahwa GrabBike tidak dapat diprediksi dan menghalangi pekerjaan dibandingkan Go-Ride.
 5. Go-Ride lebih unggul dalam hal stimulasi (*stimulation*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa lebih menyenangkan dan memotivasi ketika menggunakan produk Go-Ride daripada produk GrabBike. Go-Ride memiliki stimulasi atau dorongan menggunakan yang lebih baik daripada GrabBike.
 - Berdasarkan jenis kelamin, pengguna ojek *online* wanita menganggap GrabBike lebih memotivasi dibandingkan Go-Ride. Namun, pengguna ojek *online* wanita juga menganggap bahwa Go-Ride lebih mengasyikkan dan menarik untuk digunakan dibandingkan GrabBike.
 - Berdasarkan umur, pengguna ojek *online* berumur lebih dari 46 tahun juga mengatakan bahwa GrabBike lebih memotivasi untuk digunakan dibandingkan Go-Ride.
 6. Go-Ride lebih unggul dalam hal kebaruan (*novelty*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa Go-Ride lebih inovatif dan kreatif sehingga menarik minat penggunaannya daripada GrabBike. Go-Ride memiliki tingkat kebaruan (belum pernah ada/dilihat sebelumnya) yang lebih baik daripada GrabBike.

- Berdasarkan jenis kelamin, pengguna ojek *online* pria dan wanita sama-sama merasa bahwa Go-Ride lebih kreatif, lebih terdepan, dan lebih inovatif dibandingkan GrabBike. Pengguna ojek *online* pria juga merasa bahwa Go-Ride lebih berdaya cipta dibandingkan GrabBike.
- Berdasarkan provinsi tempat tinggal, pengguna ojek *online* yang tinggal di Sulawesi Utara merasa bahwa GrabBike lebih konvensional dan lazim dibandingkan Go-Ride.
- Berdasarkan profesi sesuai KTP, pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga merasa bahwa Go-Ride lebih lazim dibandingkan GrabBike.

Dari hasil pengolahan data menggunakan statistika deskriptif dapat diperoleh bahwa:

1. Pengguna ojek *online* wanita menganggap Go-Ride lebih atraktif dibandingkan GrabBike.
2. Pengguna ojek *online* wanita menganggap GrabBike lebih memotivasi dibandingkan Go-Ride. Namun, pengguna ojek *online* wanita juga menganggap bahwa Go-Ride lebih mengasyikkan dan lebih menarik untuk digunakan dibandingkan GrabBike.
3. Pengguna ojek *online* pria merasa bahwa Go-Ride lebih berdaya cipta dibandingkan GrabBike.
4. Pengguna ojek *online* pria dan wanita sama-sama merasa bahwa Go-Ride lebih kreatif, lebih terdepan, dan lebih inovatif dibandingkan GrabBike.
5. Pengguna ojek *online* pria memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna wanita. Sehingga pengguna pria merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna ojek *online* wanita.
6. Pengguna mayoritas ojek *online* dalam kategori umur, yaitu yang berumur 18 - 24 tahun merasa bahwa Go-Ride lebih atraktif dibandingkan GrabBike.

7. Pengguna ojek *online* yang mempunyai rentang umur lebih dari 46 tahun memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna dengan umur kurang dari 46 tahun. Sehingga pengguna rentang umur lebih dari 46 tahun merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna ojek *online* yang berumur kurang dari 46 tahun.
8. Pengguna ojek *online* berumur lebih dari 46 tahun merasa bahwa GrabBike lambat dibandingkan Go-Ride.
9. Pengguna ojek *online* berumur lebih dari 46 tahun mengatakan bahwa GrabBike lebih memotivasi untuk digunakan dibandingkan Go-Ride.
10. Pengguna ojek *online* yang bertempat tinggal di Sumatra Utara memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia. Sehingga pengguna yang tinggal di Sumatra Utara merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia.
11. Untuk pulau Jawa, pengguna ojek *online* yang tinggal di provinsi Jakarta memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain. Sehingga pengguna yang tinggal di Jakarta merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di pulau Jawa.
12. Pengguna ojek *online* yang berlatar belakang pendidikan terakhir SD dan SMP cenderung menjawab netral untuk menilai *user experience* ojek *online*.
13. Pengguna ojek *online* dengan latar belakang pendidikan terakhir D1/D2/D3 memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online*. Sehingga pengguna yang berpendidikan terakhir D1/D2/D3 merasakan *user experience* yang lebih baik dibanding pengguna yang berlatar pendidikan terakhir lain.

14. Pengguna ojek *online* yang berprofesi KTP Wiraswasta dan PNS merasa ojek *online* kurang aman.
15. Pengguna ojek *online* yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online*. Sehingga pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga merasakan *user experience* yang lebih baik dibanding pengguna dengan profesi lain.
16. Pengguna ojek *online* yang memiliki pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online*. Sehingga pengguna yang memiliki pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- merasakan *user experience* yang lebih baik dibanding pengguna dengan pendapatan rata-rata lain.
17. Semakin besar rata-rata pendapatan pengguna ojek *online*, semakin mengecil pemberian nilai *user experience* ojek *online* nya.

6.5 Hasil *In-Depth Analysis User Experience* Ojek Online Keseluruhan

Berikut adalah hasil wawancara mengenai justifikasi hasil penelitian perbandingan *user experience* ojek *online* Go-Ride dan GrabBike:

1. Go-Ride lebih unggul dalam hal daya tarik (*attractiveness*) daripada GrabBike. Karena promosi Go-Ride lebih kreatif (billboard, reklame), kemudian ada fitur gopay dimana GrabBike tidak memilikinya (belum disetujui oleh pemerintah Indonesia, karena bukan perusahaan Indonesia)
2. Go-Ride lebih unggul dalam hal kejelasan (*perspicuity*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike dapat memahami dan mempelajari produk Go-Ride lebih mudah dibanding produk GrabBike. Karena Gojek memberikan banyak sekali pilihan fitur diawal, sehingga menjadi lebih jelas. Ketika ingin menggunakan Go-Ride tinggal klik yang mana. Berbeda dengan Grabbike yang langsung *direct* ke pilihannya.

3. Go-Ride lebih unggul dalam hal efisiensi (*efficiency*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa Go-Ride lebih efisien dalam membantu menyelesaikan pekerjaan dibanding GrabBike. Karena terdapat fitur Go-Pay pada Go-Ride, sehingga tidak perlu menggunakan uang *cash*. Hal ini membuat jauh lebih efisien dan tidak perlu memikirkan kembalian.
4. Go-Ride lebih unggul dalam hal ketepatan (*dependability*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa lebih dapat mengendalikan interaksi dengan produk Go-Ride dibanding produk GrabBike. Karena Gojek mempunyai menu yang bisa diatur sendiri, sehingga lebih dapat ditebak kalau ingin memilih Go-Ride. Terdapat menu khusus untuk Go-Ride.
5. Go-Ride lebih unggul dalam hal stimulasi/dorongan untuk menggunakan (*stimulation*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa lebih menyenangkan dan memotivasi ketika menggunakan produk Go-Ride daripada produk GrabBike. Karena banyak factor. Pertama, *branding* Go-Ride lebih menarik. Kedua, Go-Ride produk indonesia jadi lebih ada rasa nasionalisme. Ketiga jumlah drivernya yang lebih banyak. Keempat Go-ride memulai pertama *launching* daripada GrabBike.
6. Go-Ride lebih unggul dalam hal kebaruan/belum pernah ada/dilihat sebelumnya (*novelty*) daripada GrabBike. Pengguna Go-Ride dan GrabBike merasa bahwa Go-Ride lebih inovatif dan kreatif sehingga menarik minat penggunaannya daripada GrabBike. Karena Gojek banyak mengadakan acara yang berhubungan dengan orang lain, seperti *workshop*, *recruitment/workshop*, seminar tentang *insight*, sehingga banyak interaksi antar Gojek dengan masyarakat, jadi masyarakat tau progress dan teknologinya Go-Ride.

Berikut adalah hasil wawancara mengenai justifikasi hasil penelitian *user experience* ojek *online* Go-Ride dan GrabBike:

1. Pengguna ojek *online* wanita menganggap Go-Ride lebih mempunyai daya tarik atraktif dibandingkan GrabBike karena driver Go-Ride lebih sopan daripada GrabBike. Pengguna ojek *online* wanita mengutamakan kenyamanan saat menggunakan jasa ojek *online*. Kemudian adanya berita supir grab membunuh penumpangnya juga menjadi salah satu alasan.
2. Pengguna ojek *online* wanita menganggap GrabBike lebih memotivasi dibandingkan Go-Ride. Namun, pengguna ojek *online* wanita juga menganggap bahwa Go-Ride lebih mengasyikkan dan lebih menarik untuk digunakan dibandingkan GrabBike. Karena GrabBike lebih banyak promo, sehingga lebih memotivasi. Sedangkan Go-Ride memiliki *user interface* yang lebih user friendly dan easy to use sehingga mengasyikkan dan menarik untuk menggunakannya.
3. Pengguna ojek *online* pria merasa bahwa Go-Ride lebih berdaya cipta dibandingkan GrabBike. Karena Go-Ride lebih sering melakukan *update* sehingga lebih berdaya cipta. Sedangkan GrabBike hanya itu-itulah saja.
4. Pengguna ojek *online* pria dan wanita sama-sama merasa bahwa Go-Ride lebih kreatif, lebih terdepan, dan lebih inovatif dibandingkan GrabBike. Karena Go-Ride memberikan poin yang bisa diswipe setelah menggunakan jasa Go-Ride sehingga lebih kreatif. Go-Ride terdepan karena perintis ojek *online* yang pertama kali ada di Indonesia. Go-Ride inovatif karena semakin berjalannya waktu user interface semakin bagus dan meningkat.
5. Pengguna ojek *online* pria memberikan nilai paling unggul pada user experience ojek *online* dibanding pengguna dengan wanita. Sehingga pengguna pria merasakan user experience yang lebih baik daripada pengguna ojek *online* wanita. Karena pria berfikir lebih sederhana dan simple, sehingga tidak memerlukan banyak aspek untuk membuat pria terpuaskan.

6. Pengguna mayoritas ojek *online* yaitu yang berumur 18 - 24 tahun merasa bahwa Go-Ride lebih atraktif dibandingkan GrabBike. Karena pengguna berumur 18 - 24 tahun lebih suka dengan tampilan yang *eye catching*, karena UI Go-Ride lebih terlihat jika memiliki banyak layanan.
7. Pengguna ojek *online* yang mempunyai rentang umur lebih dari 46 tahun memberikan nilai *user experience* yang paling unggul daripada pengguna ojek *online* yang berumur kurang dari 46 tahun. Karena orang yang lebih tua baru merasakan cipratan teknologi, *impact* ojek *online* ke mereka sangat besar. Sedangkan kalau umur yang lebih muda merasakan lebih banyak teknologi sehingga *impactnya* lebih biasa aja.
8. Pengguna ojek *online* berumur lebih dari 46 tahun merasa bahwa GrabBike lambat dibandingkan Go-Ride. Karena aplikasi GrabBike berat. Butuh konektifitas yang bagus, waktu start aplikasinya juga lama dibanding Go-Ride.
9. Pengguna ojek *online* berumur lebih dari 46 tahun mengatakan bahwa GrabBike lebih memotivasi untuk digunakan dibandingkan Go-Ride. Karena tampilan GrabBike lebih sederhana, sehingga lebih memotivasi digunakan oleh orangtua yang notabeneanya lebih menyukai kesederhanaan.
10. Pengguna ojek *online* yang bertempat tinggal di Sumatra Utara memberikan nilai *user experience* pada ojek *online* yang paling unggul dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia. Karena pertama, *driver* ojek *online* di Sumatra Utara ramah dan baik sekali (jauh dari stereotype suku batak yang keras) dan sangat berbeda jauh daripada supir kendaraan umum yang lain. Kedua ojek *online* lebih murah daripada kendaraan umum lain di Sumatra Utara. Ketiga, *driver* ojek *online* sering membagikan pengalaman hidup yang berkesa. Keempat, ojek *online* sangat efisien jika sedang macet.
11. Untuk pulau jawa, pengguna ojek *online* yang tinggal di provinsi Jakarta memberikan nilai *user experience* pada

ojek *online* yang paling unggul dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain. Karena Jakarta adalah provinsi yang paling banyak menggunakan transportasi umum untuk kesehariannya, sehingga bisa setiap hari menggunakan ojek *online*. Dimana di provinsi lain tidak sebegitunya.

12. Pengguna ojek *online* yang berlatar belakang pendidikan terakhir SD dan SMP cenderung menjawab netral untuk menilai *user experience* ojek *online*. Karena mungkin pengetahuan mereka sedikit (padahal sudah dijelaskan). Mungkin bisa diasumsi kalau mereka tidak mengerti.
13. Pengguna ojek *online* dengan latar belakang pendidikan terakhir D1/D2/D3 paling unggul dalam memberi penilaian *user experience* ojek *online*. Karena mereka lebih mengerti dan memahami pertanyaan, dan kritis daripada lainnya.
14. Wiraswasta dan PNS merasa ojek *online* kurang aman. Karena apa yang mereka bawa lebih berharga. PNS terbiasa naik mobil juga.
15. Pengguna ojek *online* yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga memberikan nilai *user experience* pada ojek *online* yang paling unggul. Karena ojek *online* sangat mudah dan adanya promo dari setiap vendor aplikasi. Ibu rumah tangga sangat menyukai promo.
16. Pengguna ojek *online* yang memiliki pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- memberikan nilai *user experience* pada ojek *online* yang paling unggul. Karena ojek *online* murah, kebanyakan orang berpendapatan kurang dari satu juta tidak memiliki kendaraan, bagi mereka ojek *online* adalah sesuatu yang bagus dengan *impact* yang besar sehingga worth untuk digunakan.
17. Semakin besar rata-rata pendapatan pengguna ojek *online*, semakin mengecil pemberian nilai *user experience* ojek *online* nya. Karena semakin besar pendapatan orang, semakin berkembang juga kebutuhan dan keinginannya. Pemikirannya beda, lebih kritis, ekspektasinya lebih tinggi juga.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini dijelaskan hasil kesimpulan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan diambil dari penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pengguna Go-Ride dan GrabBike di Indonesia. Jumlah responden penelitian tugas akhir yang dianalisis adalah 400. Kesimpulan penelitian ini adalah berupa hasil analisis *user experience* Go-Ride dan GrabBike berdasarkan jenis kelamin, usia, provinsi kelahiran, provinsi tempat tinggal, Pendidikan terakhir, profesi sesuai KTP, rata-rata penghasilan juga analisis perbandingan *user experience* Go-Ride dan GrabBike. Saran penelitian adalah mengenai saran pengembangan penelitian berikutnya.

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini ialah berupa evaluasi hasil analisis *user experience* ojek *online* dan perbandingan *user experience* dua produk ojek *online* TNC (*Transportation Network Companies*) terbesar di Indonesia (Go-Ride dan GrabBike), yakni antara lain:

1. **Go-Ride** mempunyai penilaian *user experience* yang positif di variabel disukai penggunaannya, variabel produk yang mudah digunakan/dipelajari, variabel produk yang dapat membantu pekerjaan dengan efisien, variabel produk yang membuat pengguna dapat mengendalikan interaksi, variabel produk yang membuat pengguna senang dan merasa termotivasi dalam menggunakannya, dan variabel produk yang menarik minat penggunanya.
2. **GrabBike** mempunyai penilaian *user experience* yang positif untuk variabel disukai penggunaannya, variabel produk yang mudah digunakan/dipelajari, variabel produk yang dapat membantu pekerjaan dengan efisien, variabel produk yang membuat pengguna dapat mengendalikan interaksi, variabel produk yang membuat pengguna senang

dan merasa termotivasi dalam menggunakannya. Serta mempunyai penilaian *user experience* netral untuk variabel produk yang menarik minat penggunanya.

3. Terdapat perbedaan yang **signifikan** antara penilaian *user experience* Go-Ride dan GrabBike dengan level of confidence 0,05.
4. Secara umum **Go-Ride lebih unggul dibandingkan GrabBike** dari sisi *user experience*.

7.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan untuk perbaikan atau penelitian selanjutnya di masa mendatang, antara lain adalah:

1. Grab telah melakukan *major update* mengenai user interface per tanggal 28 Mei 2018 setelah data pada penelitian ini diambil (IOS sudah berubah total, namun Andorid belum), sehingga baiknya dilakukan penelitian sejenis dengan menggunakan produk terbaru Grab. Pastikan pengguna familiar terlebih dahulu dengan produk terbaru Grab.
2. Penelitian selanjutnya dapat mencari objek penelitian selain produk *TNC (Transportation Network Company)*.
3. Penulis berasumsi bahwa dengan data yang berhasil diperoleh pada penelitian ini, penelitian selanjutnya dapat menjawab beberapa hal.
 - Pertama adalah perihal pengguna ojek *online* pria yang memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna wanita. Sehingga pengguna pria merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna ojek *online* wanita.
 - Kedua adalah perihal pengguna ojek *online* yang mempunyai rentang umur lebih dari 46 tahun memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna dengan umur kurang dari 46 tahun. Sehingga pengguna rentang umur lebih dari 46 tahun merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna ojek *online* yang berumur kurang dari 46 tahun.

- Ketiga adalah perihal pengguna ojek *online* yang bertempat tinggal di Sumatra Utara memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online* dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia. Sehingga pengguna yang tinggal di Sumatra Utara merasakan *user experience* yang lebih baik daripada pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia.
- Keempat adalah perihal pengguna ojek *online* dengan latar belakang pendidikan terakhir D1/D2/D3 memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online*. Sehingga pengguna yang berpendidikan terakhir D1/D2/D3 merasakan *user experience* yang lebih baik dibanding pengguna yang berlatar pendidikan terakhir lain.
- Kelima adalah perihal pengguna ojek *online* yang berprofesi KTP Wiraswasta dan PNS merasa ojek *online* kurang aman.
- Keenam adalah perihal pengguna ojek *online* yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online*. Sehingga pengguna yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga merasakan *user experience* yang lebih baik dibanding pengguna dengan profesi lain.
- Ketujuh adalah perihal pengguna ojek *online* yang memiliki pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- memberikan nilai paling unggul pada *user experience* ojek *online*. Sehingga pengguna yang memiliki pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- merasakan *user experience* yang lebih baik dibanding pengguna dengan pendapatan rata-rata lain.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII, “Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2016,” 2016.
- [2] D. C. T. Efraim Turban, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, *Electronic Commerce*. 2002.
- [3] S. Sita Wardhani SE, MSc dan Cintya Aurora Dyah Nastiti, “Perkembangan E-commerce di Indonesia (2) | validnews.co.” [Online]. Available: <http://validnews.co/Perkembangan-E-commerce-di-Indonesia--2--GOrYt>. [Accessed: 01-Feb-2018].
- [4] Ms. Sita Wardhani SE, “Perkembangan E-commerce di Indonesia (1) | validnews.co,” 2017. [Online]. Available: <http://validnews.co/Perkembangan-E-commerce-di-Indonesia--1--YXAiJ>. [Accessed: 01-Feb-2018].
- [5] “ISO 9241-210:2010(en), Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems.” [Online]. Available: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>. [Accessed: 31-Jan-2018].
- [6] Irfan Zidny, “User Experience dan User Interface | UX Indonesia.” [Online]. Available: <http://uxindo.com/user-experience-dan-user-interface/>. [Accessed: 01-Feb-2018].
- [7] “30 Eye-Opening User Experience Stats [Infographic].” [Online]. Available: <https://www.impactbnd.com/blog/user-experience-stats-infographic>. [Accessed: 15-Feb-2018].
- [8] “72% of Consumers Want Mobile-Friendly Sites: Google Research | Search Engine Watch.” [Online]. Available: <https://searchenginewatch.com/sew/study/2208496/72-of-consumers-want-mobilefriendly-sites-google-research>. [Accessed: 15-Feb-2018].
- [9] APPDYNAMICS, “The App Attention Span.”
- [10] “Apple App Store.” [Online]. Available:

- <https://www.appstore.com/>. [Accessed: 26-Feb-2018].
- [11] “Apl Android di Google Play.” [Online]. Available: <https://play.google.com/store/apps?hl=in>. [Accessed: 26-Feb-2018].
- [12] H. B. Santoso, R. Y. K. Isal, T. Basaruddin, L. Sadira, and M. Schrepp, “Research-in-progress: User experience evaluation of Student Centered E-Learning Environment for computer science program,” in *2014 3rd International Conference on User Science and Engineering (i-USEr)*, 2014, pp. 52–55.
- [13] W. Ilmberger, M. Schrepp, and T. Held, “Attractiveness of social platforms: An investigation of studiVZ,” *Proc. IADIS Int. Conf. Interfaces Hum. Comput. Interact. 2011, Part IADIS Multi Conf. Comput. Sci. Inf. Syst. 2011, MCCSIS 2011*, no. July, pp. 257–264, 2011.
- [14] P. N. Lestari, P. I. Santosa, and R. Ferdiana, “Pengukuran Pengalaman Pengguna Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akademik,” *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun.*, pp. 2089–9815, 2016.
- [15] Shared Use Mobility Center, “Share-Use Mobility Reference Guide.”
- [16] Aprima Syafrino, *Efisiensi dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan*. 2017.
- [17] G. Goodin, “Transportation Network Companies Testimony of,” 2017.
- [18] “COST | Towards the Integration of Transectorial IT Design and Evaluation (End date: November 2013).” [Online]. Available: http://www.cost.eu/COST_Actions/ict/transectorial_it_design_and_evaluation. [Accessed: 31-Jan-2018].
- [19] J. Gube, “What Is User Experience Design? Overview, Tools And Resources — Smashing Magazine.” [Online]. Available: <https://www.smashingmagazine.com/2010/10/what-is-user-experience-design-overview-tools-and-resources/>. [Accessed: 31-Jan-2018].
- [20] H. B. Santoso, M. Schrepp, R. Yugo Kartono Isal, Y.

- Utomo, and B. Priyogi, "Measuring User Experience of the Student-Centered e-Learning Environment," *J. Educ. Online-JEO*, vol. 13, no. 1, pp. 142–166, 2016.
- [21] P. N. Lestari, P. I. Santosa, and R. Ferdiana, "Pengukuran Pengalaman Pengguna Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akademik," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun.*, pp. 2089–9815, 2016.
- [22] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in different evaluation scenarios," no. 1, 2011.
- [23] B. Laugwitz, T. Held, and M. Schrepp, "Construction and Evaluation of a User Experience Questionnaire," *HCI Usability Educ. Work*, vol. 5298, pp. 63–76, 2008.
- [24] M. Rauschenberger, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Benutzererlebnis bei Unternehmenssoftware. Ein Praxisbericht über die Umsetzung attraktiver Unternehmenssoftware."
- [25] T. Wieschnowsky and H. Paulheim, "A Visual Tool for Supporting Developers in Ontology-based Application Integration," *7th Int. Work. ...*, 2011.
- [26] J. Hartmann, "User Experience Monitoring: Über die Notwendigkeit geschäftskritische Online-Prozesse permanent zu überwachen," *i-com*, vol. 10, no. 3, pp. 59–62, Nov. 2011.
- [27] M. Hassenzahl, "The Effect of Perceived Hedonic Quality on Product Appealingness," *Int. J. Hum. Comput. Interact.*, vol. 13, no. 4, pp. 481–499, Dec. 2001.
- [28] M. Schrepp, "User Experience Questionnaire Handbook," pp. 1–11, 2017.
- [29] Andreas Hinderks, "UEQ-Online," 2016. [Online]. Available: <http://www.ueq-online.org/>. [Accessed: 06-Feb-2018].
- [30] Jonathan Sarwono, *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Elex Media Komputindo, 2013.
- [31] M. M. Ariola, *Principles and methods of research*. Rex Book Store, 2006.

- [32] “Metro | Masalah Grab dengan Mitra Pengemudi.” [Online]. Available: <http://news.metrotvnews.com/read/2017/07/04/724457/masalah-grab-dengan-mitra-pengemudi>. [Accessed: 26-Feb-2018].
- [33] Tri Yari Kurniawan, “Aplikasi Go-Jek Tembus 40 Juta Pengunduh.” [Online]. Available: <https://www.wartaekonomi.co.id/read144364/aplikasi-gojek-tembus-40-juta-pengunduh.html>. [Accessed: 26-Feb-2018].
- [34] M. L. Nigel Bevan, Mark Springett, Georgios Christou, *Valid Useful User Experience Measurement*, no. July 2015. 2008.
- [35] Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung, 2004.
- [36] Sugiyono, “Nilai-Nilai r Product Moment,” 2010. [Online]. Available: <https://www.scribd.com/document/318825578/tabel-r-atau-r-tabel-menueut-sugiyono>. [Accessed: 10-May-2018].
- [37] B. D. Rosenberg, “Semantic Differential Scaling,” *Ref. Rev.*, vol. 30, no. 1, pp. 28–29, 2017.
- [38] J. De Lima Lopes *et al.*, “Semantic differential scale for assessing perceptions of hospitalized patients about bathing,” *Acta Paul Enferm*, vol. 24, no. 6, pp. 815–20, 2011.
- [39] M. S. Bettina Laugwitz, Theo Held, “Construction and evaluation of a user experience questionnaire,” *Springer*.

BIODATA PENULIS



Penulis lahir di Tulungagung pada tanggal 3 Oktober 1996. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis pernah menempuh pendidikan formal di sekolah dasar SDN BONO 1, Tulungagung dari tahun 2002 sampai tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan di sekolah negeri SMPN 2 Tulungagung dari tahun 2008 hingga lulus pada tahun 2011, dan SMAN 1 Kedungwaru mulai tahun 2011 sampai 2014. Setelah lulus sekolah menengah akhir, penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember pada Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Departemen Sistem Informasi. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan yang bersifat akademis dan non-akademis. Penulis bergabung dalam organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa FTIf di bagian External Affair untuk dua periode, dan Badan Eksekutif Mahasiswa ITS sebagai Bendahara Eksekutif di tahun terakhir. Penulis juga mengikuti banyak kepanitiaan dalam kampus diantaranya ITS EXPO, ISE, Manage, dsb. Tercatat penulis pernah menjalani kerja praktik di Bank Indonesia dalam Divisi Operasional Sistem Informasi (OSI) Departemen Pengelolaan Sistem Informasi (DPSI) selama 1,5 bulan pada tahun 2017. Untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer (S.Kom), penulis mengambil laboratorium bidang minat Sistem Enterprise (SE) dengan topik tugas akhir pada Customer Relationship Management (CRM). Untuk kepentingan penelitian penulis juga dapat dihubungi melalui e-mail: nindaof@gmail.com

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN

Tampilan kuesioner penelitian yang digunakan untuk menilai *user experience* Go-Ride dan GrabBike dapat dilihat pada **Gambar A-18**.

Pengalaman Pengguna Go-Ride dan GrabBike

Halo!

Perkenalkan, saya Ninda Okta Fajaryanti mahasiswi S1 Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya.

Saat ini saya sedang menyelesaikan tugas akhir dengan topik *user experience*/pengalaman pengguna.

Untuk menyelesaikan tugas akhir saya tersebut, saya membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- Pernah mengakses/menggunakan aplikasi Go-Ride (layanan ojek online dari Gojek)
- Pernah mengakses/menggunakan aplikasi GrabBike (layanan ojek online dari Grab)

untuk menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian tugas akhir saya.

Segala data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Akan ada hadiah berupa pulsa senilai 25 ribu bagi Bapak/Ibu/Saudara/i beruntung yang sudah bersedia membantu saya!

Perlu diingat bahwa jawaban anda semua adalah BENAR!

Disarankan untuk dibuka di Desktop :)

Hormat saya,

Ninda Okta Fajaryanti

nindaoktafajaryanti14@mhs.is.its.ac.id

081945590699

* Wajib

Screening Question

Apakah anda pernah mengakses/menggunakan aplikasi Go-Ride layanan dari Gojek minimal 2x? *

- Ya
- Tidak (Anda tidak perlu melanjutkan kuesioner ini. Terimakasih)

Apakah anda pernah mengakses/menggunakan aplikasi GrabBike layanan dari Grab minimal 2x? *

- Ya
- Tidak (Anda tidak perlu melanjutkan kuesioner ini. Terimakasih)

Gambar A-1 Tampilan Kuesioner Penelitian 1

Pengalaman Pengguna Go-Ride dan GrabBike

* Wajib

Data Responden

Nama

Jawaban Anda

No HP

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

- Pria
- Wanita

Usia *

- 14 - 17 tahun
- 18 - 24 tahun
- 25 - 31 tahun
- 32 - 38 tahun
- 39 - 45 tahun
- lebih dari 46 tahun

Gambar A-2 Tampilan Kuesioner Penelitian 2

Kota Kelahiran *

Jawaban Anda _____

Kota Tempat Tinggal *

Jawaban Anda _____

Pendidikan Terakhir SD SMP SMA D1/D2/D3 D4/S1 S2 S3 Yang lain: _____**Profesi sesuai KTP saat ini** Pelajar/Mahasiswa PNS Pegawai Swasta Wiraswasta Ibu Rumah Tangga Pegawai BUMN Yang lain: _____**Gambar A-3 Tampilan Kuesioner Penelitian 3**

Rata-rata penghasilan

- Kurang dari Rp 1.000.000,-
- Rp 1.000.001,- sampai Rp 2.500.000,-
- Rp 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,-
- Lebih dari Rp 5.000.000,-

Kapan terakhir kali anda menggunakan aplikasi Go-Ride? *

- Kemarin
- 2 - 7 hari lalu
- Minggu lalu
- Bulan lalu
- Yang lain: _____

Kapan terakhir kali anda menggunakan aplikasi GrabBike? *

- Kemarin
- 2 - 7 hari lalu
- Minggu lalu
- Bulan lalu
- Yang lain: _____

Gambar A-4 Tampilan Kuesioner Penelitian 4

Pengalaman Pengguna Go-Ride dan GrabBike

* Wajib

Penilaian Pengalaman Pengguna Go-Ride dan GrabBike

Petunjuk Pengisian:

Semakin kecil angka atau semakin ke kiri jawaban yang anda pilih menunjukkan bahwa anda semakin setuju dengan pernyataan yang berada disebelah kiri.

Semakin besar angka atau semakin ke kanan jawaban yang anda pilih menunjukkan bahwa anda semakin setuju dengan pernyataan yang berada disebelah kanan.

Contoh :

Pertanyaan

	1	2	3	4	5	6	7	
Lebih suka film Dilan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lebih suka film Ada Apa Dengan Cinta (AADC)

Pada soal diatas saya memilih angka 1 karena saya lebih suka film Dilan.

Go-Ride : layanan ojek online yang disediakan oleh Gojek

GrabBike : layanan ojek online yang disediakan oleh Grab

1 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride secara keseluruhan tidak memuaskan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride secara keseluruhan memuaskan

Gambar A-5 Tampilan Kuesioner Penelitian 5

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike secara keseluruhan tidak memuaskan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike secara keseluruhan memuaskan

2 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Informasi / instruksi / perintah aplikasi Go-Ride tidak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informasi / instruksi / perintah aplikasi Go-Ride dapat dipahami

	1	2	3	4	5	6	7	
Informasi / instruksi / perintah aplikasi GrabBike tidak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informasi / instruksi / perintah aplikasi GrabBike dapat dipahami

3 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride tampilannya kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride tampilannya monoton (begitu-begitu saja)

Gambar A-6 Tampilan Kuesioner Penelitian 6

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike tampilannya kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike monoton (begitu-begitu saja)
4 *								
Fungsi / fitur aplikasi Go-Ride mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Fungsi / fitur aplikasi Go-Ride sulit dipelajari
*								
Fungsi / fitur aplikasi GrabBike mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Fungsi / fitur aplikasi GrabBike sulit dipelajari
5 *								
Aplikasi Go-Ride bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride kurang bermanfaat
*								
Aplikasi GrabBike bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike kurang bermanfaat

Gambar A-7 Tampilan Kuesioner Penelitian 7

6 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride mengasyikkan

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike mengasyikkan

7 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Tampilan aplikasi Go-Ride tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tampilan aplikasi Go-Ride menarik

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Tampilan aplikasi GrabBike tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tampilan aplikasi GrabBike menarik

Gambar A-8 Tampilan Kuesioner Penelitian 8

8 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Hasil keluaran / output aplikasi Go-Ride tidak dapat diprediksi (contoh: klik icon home munculnya profile)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hasil keluaran / output aplikasi Go-Ride dapat diprediksi (contoh: klik icon home munculnya beranda)

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Hasil keluaran / output aplikasi GrabBike tidak dapat diprediksi (contoh: klik icon home munculnya profile)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hasil keluaran / output aplikasi GrabBike dapat diprediksi (contoh: klik home munculnya beranda)

9 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Respon aplikasi Go-Ride cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Respon aplikasi Go-Ride lambat

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Respon aplikasi GrabBike cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Respon aplikasi GrabBike lambat

Gambar A-9 Tampilan Kuesioner Penelitian 9

10 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride berdaya cipta (merupakan produk / software yang baru pernah anda temui)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride konvensional (produk / software yang sudah sering anda temui)

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike berdaya cipta (merupakan produk / software yang baru pernah anda temui)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike konvensional (produk / software yang sudah sering anda temui)

11 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride menghalangi menyelesaikan pekerjaan (contoh: bertele-tele, banyak iklan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride mendukung menyelesaikan pekerjaan

Gambar A-10 Tampilan Kuesioner Penelitian 10

*

	1	2	3	4	5	6	7	
<p>Aplikasi GrabBike menghalangi menyelesaikan pekerjaan (contoh: bertele-tele, banyak iklan)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<p>Aplikasi GrabBike mendukung menyelesaikan pekerjaan</p>
12 *								
<p>Secara keseluruhan aplikasi Go-Ride baik</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<p>Secara keseluruhan aplikasi Go-Ride buruk</p>
*								
<p>Secara keseluruhan aplikasi GrabBike baik</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<p>Secara keseluruhan aplikasi GrabBike buruk</p>
13 *								
<p>Melakukan sesuatu dengan aplikasi Go-Ride rumit</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<p>Melakukan sesuatu dengan aplikasi Go-Ride mudah</p>

Gambar A-11 Tampilan Kuesioner Penelitian 11

	1	2	3	4	5	6	7	
Melakukan sesuatu dengan aplikasi GrabBike rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Melakukan sesuatu dengan aplikasi GrabBike mudah
14 *								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride disukai (menikmati waktu ketika menggunakan)
*								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike disukai (menikmati waktu ketika menggunakan)
15. [Ps : Sabar kak dikit lagi kelar kok ;)] *								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride lazim (sudah umum, biasa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride terdepan (terdepan dibanding produk serupa)

Gambar A-12 Tampilan Kuesioner Penelitian 12

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike lazim (sudah umum, biasa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike terdepan (terdepan dibanding produk serupa)
16 *								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride tidak nyaman (merasa frustrasi menggunakannya)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride nyaman (merasa mudah melakukan apa yang diinginkan)
*								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike tidak nyaman (merasa frustrasi menggunakannya)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike nyaman (merasa mudah melakukan apa yang diinginkan)
17 *								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride tidak aman

Gambar A-13 Tampilan Kuesioner Penelitian 13

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike tidak aman
18 *								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride memotivasi (contoh: ada potongan harga)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride tidak memotivasi
*								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike memotivasi (contoh: ada potongan harga)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike tidak memotivasi
19 *								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride tidak memenuhi ekspektasi
*								
	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike tidak memenuhi ekspektasi

Gambar A-14 Tampilan Kuesioner Penelitian 14

20. [Ps : Kurang dikiiit lagi hehehe] *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride efisien (tepat guna, tidak membuang waktu, tenaga dan biaya)

*

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike efisien (tepat guna, tidak membuang waktu, tenaga dan biaya)

21 *

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi Go-Ride jelas (anda tidak sering mempertanyakan fungsi fitur yang ada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride membingungkan (anda sering mempertanyakan fungsi fitur yang ada)

Gambar A-15 Tampilan Kuesioner Penelitian 15

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike jelas (anda tidak sering mempertanyakan fungsi fitur yang ada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike membingungkan (anda sering mempertanyakan fungsi fitur yang ada)
22 *								
Aplikasi Go-Ride tidak praktis (ribet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride praktis
*								
Aplikasi GrabBike tidak praktis (ribet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike praktis
23 *								
Aplikasi Go-Ride terorganisir (contoh: letak fitur tertata dan enak dilihat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride berantakan (contoh: letak fitur berantakan dan tidak enak dilihat)

Gambar A-16 Tampilan Kuesioner Penelitian 16

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike terorganisir (contoh: letak fitur tertata dan enak dilihat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike berantakan (contoh: letak fitur berantakan dan tidak enak dilihat)
24 *								
Aplikasi Go-Ride atraktif (mempunyai daya tarik dan menyenangkan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride tidak atraktif
*								
Aplikasi GrabBike atraktif (mempunyai daya tarik dan menyenangkan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike tidak atraktif
25 *								
Aplikasi Go-Ride ramah pengguna (user interface [U] mudah dipakai)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride tidak ramah pengguna

Gambar A-17 Tampilan Kuesioner Penelitian 17

	1	2	3	4	5	6	7	
Aplikasi GrabBike ramah pengguna (user interface [UI] mudah dipakai)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike tidak ramah pengguna
26 *								
Aplikasi Go-Ride konservatif (tetap mempertahankan cara lama dan tidak banyak perubahan yang ada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi Go-Ride inovatif (selalu melakukan inovasi/perubahan atau pengembangan produk)
*								
Aplikasi GrabBike konservatif (tetap mempertahankan cara lama dan tidak banyak perubahan yang ada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplikasi GrabBike inovatif (selalu melakukan inovasi/perubahan atau pengembangan produk)

Yeay! You Made it! :)

Gambar A-18 Tampilan Kuesioner Penelitian 18

LAMPIRAN B: DATA PENILAIAN USER EXPERIENCE GO-RIDE

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori jenis kelamin:

Tabel B-1 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Item		Kode Item	Mean	
				Pria (N = 133)	Wanita (N = 267)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak Memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,7	1,5
	Baik	Buruk	ATT2	1,8	1,8
	Tidak disukai	Menggemirakan	ATT3	1,7	1,6
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,8	1,6
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1,5	1,3
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,7	1,6
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,8	1,9
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,6	1,6
	Rumit	Sederhana	PER3	1,7	1,7
	Jelas	Mbingungkan	PER4	1,5	1,5
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	1,3	2,1
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,7	1,6
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,7	1,7
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,8	1,5
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,6	1,6
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,6	1,6

Variabel	Item		Kode Item	Mean	
				Pria (N = 133)	Wanita (N = 267)
dability)	Aman	Tidak aman	DEP3	1,2	1,4
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,5	1,3
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2,1	2,1
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1,0	1,0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1,5	1,4
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1,4	0,8
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	1,2	1,1
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,9	0,7
	Lazim	Terdepan	NOV3	1,3	0,9
	Konservatif	Inovatif	NOV4	1,1	1,0

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori umur:

Tabel B-2 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Umur

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				14 – 17 tahun (N = 19)	18 – 24 tahun (N = 348)	25 – 31 tahun (N = 24)	32 – 38 tahun (N = 7)	39 – 45 tahun (N = 1)	Lebih dari 46 tahun (N = 1)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,9	1,6	1,7	0,6	2,0	3,0
	Baik	Buruk	ATT2	1,8	1,8	1,8	1,3	2,0	3,0
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,4	1,6	1,7	0,6	2,0	3,0
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,6	1,7	1,8	0,7	2,0	3,0
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,9	1,4	1,5	0,1	1,0	3,0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,5	1,6	1,6	0,7	2,0	3,0
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	2,1	1,9	2,1	0,6	2,0	3,0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,9	1,6	1,7	0,4	2,0	3,0
	Rumit	Sederhana	PER3	1,6	1,7	1,8	0,6	2,0	3,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				14 – 17 tahun (N = 19)	18 – 24 tahun (N = 348)	25 – 31 tahun (N = 24)	32 – 38 tahun (N = 7)	39 – 45 tahun (N = 1)	Lebih dari 46 tahun (N = 1)
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,5	1,6	1,3	0,1	2,0	2,0
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	0,6	1,2	1,5	0,9	-1,0	3,0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,5	1,6	1,6	1,1	0,0	2,0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,6	1,6	1,3	1,1	2,0	3,0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,6	1,7	1,8	0,9	2,0	3,0
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,8	1,6	1,8	0,4	0,0	3,0
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,5	1,6	1,6	1,0	1,0	3,0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,0	1,3	1,3	1,0	0,0	2,0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,3	1,4	1,3	0,6	1,0	3,0
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2,3	2,1	2,1	1,3	3,0	3,0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1,1	1,0	1,2	0,7	0,0	2,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				14 – 17 tahun (N = 19)	18 – 24 tahun (N = 348)	25 – 31 tahun (N = 24)	32 – 38 tahun (N = 7)	39 – 45 tahun (N = 1)	Lebih dari 46 tahun (N = 1)
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1,2	1,4	1,6	0,3	1,0	2,0
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0,8	1,0	1,3	0,7	0,0	-1,0
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	0,8	1,1	1,7	0,3	2,0	3,0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,5	0,8	0,6	-0,3	1,0	3,0
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,3	1,1	1,1	0,7	-2,0	3,0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,3	1,0	1,4	0,3	0,0	2,0

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori provinsi kelahiran:

Tabel B-3 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1

Variabel	Item		Kode Item	Mean							
				Aceh (N = 1)	Bali (N = 7)	Banten (N = 10)	Bengkulu (N = 3)	Jakarta (N = 64)	Jambi (N = 1)	Jawa Barat (N = 37)	Jawa Tengah (N = 31)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	2,0	1.6	1.8	1.0	2.0	2.0	1.7	1.3
	Baik	Buruk	ATT2	2,0	1.6	2.4	2.0	2.2	3.0	1.6	1.7
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	2,0	1.1	2.2	1.7	2.0	2.0	1.6	1.5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,0	1.9	2.1	1.7	2.0	3.0	1.8	1.5
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	2,0	2.3	1.9	2.0	1.7	3.0	1.1	1.2
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	2,0	0.4	1.9	1.7	1.9	2.0	1.4	1.5
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.0	1.7	2.0	2.0	2.1	2.0	1.9	1.6
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.0	1.7	2.3	1.7	1.9	2.0	1.4	1.6
	Rumit	Sederhana	PER3	2.0	1.6	2.3	1.7	2.0	2.0	1.6	1.5
	Jelas	Membingungkan	PER4	0.0	1.9	1.9	2.0	1.7	2.0	1.3	1.4

Variabel	Item		Kode Item	Mean							
				Aceh (N = 1)	Bali (N = 7)	Banten (N = 10)	Bengkulu (N = 3)	Jakarta (N = 64)	Jambi (N = 1)	Jawa Barat (N = 37)	Jawa Tengah (N = 31)
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	1.0	1.9	1.9	0.7	1.4	2.0	0.9	1.3
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	2.0	1.3	1.9	1.3	1.9	3.0	1.6	1.4
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	2.0	1.4	2.0	1.7	2.0	3.0	1.4	1.6
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.0	1.0	2.0	1.7	1.9	3.0	1.5	1.7
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	2.0	1.6	2.2	2.3	1.8	2.0	1.7	1.3
	Menghalangi Aman	Mendukung	DEP2	-1.0	1.4	2.2	1.3	1.8	2.0	1.7	1.5
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.0	1.0	1.9	0.3	1.4	3.0	1.3	1.5
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.0	0.6	1.8	1.0	1.7	3.0	1.4	1.2
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	3.0	1.7	2.3	2.7	2.4	3.0	2.0	2.1
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1.0	1.4	1.9	1.0	1.2	3.0	1.0	1.1
	Tidak menarik	Menarik	STI3	2.0	1.7	2.0	1.3	1.6	3.0	1.5	1.3

Variabel	Item		Kode Item	Mean							
				Aceh (N = 1)	Bali (N = 7)	Banten (N = 10)	Bengkulu (N = 3)	Jakarta (N = 64)	Jambi (N = 1)	Jawa Barat (N = 37)	Jawa Tengah (N = 31)
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	-1.0	0.6	1.3	1.0	1.4	3.0	0.7	0.7
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	2.0	1.0	2.1	2.0	1.5	3.0	0.9	1.3
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	2.0	2.0	1.9	2.0	1.1	3.0	0.9	0.6
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.0	1.3	1.8	1.0	1.3	3.0	1.3	0.6
	Konservatif	Inovatif	NOV4	2.0	1.1	1.2	2.3	1.3	3.0	1.4	1.1

Tabel B-4 Penilaian *User Experience Go-Ride* Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Jawa Timur (N = 196)	Kalimantan Barat (N = 1)	Kalimantan Selatan (N = 1)	Kalimantan Timur (N = 3)	Kepulauan Riau (N = 3)	Lampung (N = 1)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.5	1.0	0.0	2.3	1.7	2.0
	Baik	Buruk	ATT2	1.7	1.0	-1.0	2.3	2.3	3.0
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1.5	0.0	-1.0	2.3	2.0	3.0
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.6	1.0	0.0	2.3	2.0	3.0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Jawa Timur (N = 196)	Kalimantan Barat (N = 1)	Kalimantan Selatan (N = 1)	Kalimantan Timur (N = 3)	Kepulauan Riau (N = 3)	Lampung (N = 1)
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.3	1.0	-1.0	2.0	2.0	2.0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.5	1.0	0.0	2.0	2.0	2.0
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.9	-1.0	0.0	2.7	2.0	2.0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.5	0.0	0.0	2.3	2.3	3.0
	Rumit	Sederhana	PER3	1.6	0.0	0.0	2.3	2.3	2.0
	Jelas	Membingungkan	PER4	1.5	2.0	0.0	2.0	2.0	3.0
Efisiensi (<i>Efficency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	1.1	-1.0	0.0	2.7	2.0	3.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.5	2.0	0.0	2.3	2.0	3.0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1.6	0.0	-1.0	2.0	2.3	3.0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.5	1.0	0.0	2.3	2.3	3.0
Ketepatan (<i>Depen</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.6	1.0	0.0	2.0	2.0	3.0
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1.5	2.0	0.0	1.7	2.0	3.0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.3	1.0	0.0	1.7	0.7	3.0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Jawa Timur (N = 196)	Kalimantan Barat (N = 1)	Kalimantan Selatan (N = 1)	Kalimantan Timur (N = 3)	Kepulauan Riau (N = 3)	Lampung (N = 1)
<i>dability</i>)	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.2	1.0	0.0	2.3	2.0	3.0
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1.9	3.0	0.0	3.0	2.3	3.0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.9	0.0	0.0	2.0	1.0	2.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1.3	0.0	0.0	2.0	1.7	3.0
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0.8	3.0	-1.0	1.7	2.3	-1.0
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1	1.0	-3.0	0.0	1.7	2.0	3.0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.6	-2.0	0.0	1.0	0.3	1.0
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.9	0.0	-1.0	1.7	2.0	3.0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.9	1.0	0.0	0.3	1.0	2.0

Tabel B-5 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Maluku (N = 3)	Maluku Utara (N = 1)	NTB (N = 1)	Papua Barat (N = 1)	Riau (N = 2)	Sulawesi Selatan (N = 6)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.3	1.0	3.0	2.0	1.0	1.2
	Baik	Buruk	ATT2	1.7	-2.0	3.0	3.0	2.0	1.3
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1.0	-2.0	3.0	2.0	1.5	1.8
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.0	-2.0	3.0	3.0	0.0	1.7
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.3	0.0	3.0	3.0	1.5	1.3
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.7	0.0	3.0	2.0	1.5	1.7
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	0.7	1.0	3.0	2.0	1.0	1.7
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.0	-1.0	3.0	2.0	1.5	1.7
	Rumit	Sederhana	PER3	0.7	-1.0	3.0	3.0	0.5	1.3
	Jelas	Membingungkan	PER4	1.3	-1.0	3.0	3.0	0.0	1.2
Efisiensi	Cepat	Lambat	EFF1	0.7	-1.0	3.0	2.0	2.0	2.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	0.3	-1.0	3.0	3.0	0.0	1.7

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Maluku (N = 3)	Maluku Utara (N = 1)	NTB (N = 1)	Papua Barat (N = 1)	Riau (N = 2)	Sulawesi Selatan (N = 6)
<i>(Efficiency)</i>	Tidak praktis	Praktis	EFF3	0.7	-2.0	3.0	3.0	1.0	1.8
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.3	-1.0	3.0	3.0	1.5	1.7
Ketepatan <i>(Dependability)</i>	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	0.3	1.0	3.0	2.0	1.0	1.2
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1.0	2.0	3.0	3.0	1.0	1.8
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.3	-1.0	-1.0	0.0	0.5	1.7
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.3	0.0	3.0	3.0	1.5	1.5
Stimulasi <i>(Stimulation)</i>	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.0	-1.0	3.0	3.0	2.5	2.7
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.3	-1.0	2.0	3.0	2.0	0.7
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0.3	1.0	3.0	0.0	2.5	1.3
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.3	0.0	3.0	3.0	0.5	1.3
Kebaruan	Kreatif	Monoton	NOV1	1.0	-1.0	3.0	1.0	0.0	1.7
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.7	-2.0	3.0	2.0	1.0	0.7

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Maluku (N = 3)	Maluku Utara (N = 1)	NTB (N = 1)	Papua Barat (N = 1)	Riau (N = 2)	Sulawesi Selatan (N = 6)
(Novelty)	Lazim	Terdepan	NOV3	1.0	0.0	3.0	2.0	1.5	0.3
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.7	-1.0	3.0	3.0	1.0	0.3

Tabel B-6 Penilaian User Experience Go-Ride Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Sulawesi Utara (N = 1)	Sulawesi Tenggara (N = 2)	Sumatera Barat (N = 6)	Sumatera Selatan (N = 6)	Sumatera Utara (N = 7)	Yogyakarta (N = 5)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	3.0	2.0	1.5	2.0	1.7	1.4
	Baik	Buruk	ATT2	3.0	3.0	1.8	1.8	1.4	1.6
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	2.0	2.0	1.0	2.2	1.9	1.6
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	2.0	2.5	1.3	2.2	1.6	1.4
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	2.0	1.5	1.5	1.3	1.6	1.4
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	2.0	3.0	1.7	1.8	1.9	1.8
Kejelasan	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	2.0	2.5	2.3	2.5	2.3	1.4

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Sulawesi Utara (N = 1)	Sulawesi Tenggara (N = 2)	Sumatera Barat (N = 6)	Sumatera Selatan (N = 6)	Sumatera Utara (N = 7)	Yogyakarta (N = 5)
<i>(Perspicuity)</i>	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	2.0	3.0	1.8	1.7	2.0	1.8
	Rumit	Sederhana	PER3	2.0	2.5	1.5	2.3	2.0	2.0
	Jelas	Membungkan	PER4	2.0	1.5	1.7	2.0	0.6	2.2
Efisiensi <i>(Efficiency)</i>	Cepat	Lambat	EFF1	2.0	1.5	-0.7	1.0	2.0	0.6
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	2.0	2.0	1.5	2.2	1.3	1.2
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	3.0	2.5	0.8	1.5	1.7	1.4
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.0	3.0	1.5	1.7	2.1	1.8
Ketepatan <i>(Dependability)</i>	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	2.0	3.0	1.3	2.3	1.7	1.2
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	2.0	2.5	1.0	2.3	1.3	1.2
	Aman	Tidak aman	DEP3	0.0	2.5	1.3	2.0	0.9	1.8
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	2.0	2.0	1.7	1.8	1.3	1.2
Stimulasi <i>(Stimulation)</i>	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	3.0	3.0	2.0	2.0	1.1	2.2
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	2.0	0.0	0.8	1.3	0.6	0.2

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Sulawesi Utara (N = 1)	Sulawesi Tenggara (N = 2)	Sumatera Barat (N = 6)	Sumatera Selatan (N = 6)	Sumatera Utara (N = 7)	Yogyakarta (N = 5)
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1.0	2.0	1.3	1.8	1.7	0.6
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	3.0	0.0	1.7	1.5	1.3	0.0
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	2.0	2.0	1.5	1.2	1.3	0.6
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	2.0	3.0	-0.3	0.5	0.9	-0.2
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.0	2.5	0.5	2.0	0.6	-0.6
	Konservatif	Inovatif	NOV4	2.0	2.0	1.0	0.7	0.1	-0.2

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori provinsi tempat tinggal:

Tabel B-7 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Bali (N = 4)	Banten (N = 14)	Jakarta (N = 52)	Jawa Barat (N = 49)	Jawa Tengah (N = 10)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.8	1.9	1.5	1.9	1.9
	Baik	Buruk	ATT2	0.5	1.8	1.8	2.1	1.9
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	0.8	1.9	1.6	1.9	1.9
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.8	1.7	1.8	1.9	2.1
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.5	1.5	1.3	1.8	1.3
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.8	1.7	1.7	1.9	1.2
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	2.0	1.9	1.8	2.1	2,1
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	2.3	1.6	1.5	1.8	1.4
	Rumit	Sederhana	PER3	1.3	1.7	1.6	2.0	1.3
	Jelas	Membingungkan	PER4	2.3	1.0	1.4	1.6	2.1
	Cepat	Lambat	EFF1	-1.3	1.1	1.2	1.4	0.9

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Bali (N = 4)	Banten (N = 14)	Jakarta (N = 52)	Jawa Barat (N = 49)	Jawa Tengah (N = 10)
Efisiensi (<i>Efficency</i>)	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.8	1.6	1.7	1.8	1.6
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1.0	1.8	1.4	1.9	1.6
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.5	1.6	1.6	1.8	1.5
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.5	1.8	1.6	1.9	1.4
	Menghalangi Aman	Mendukung Tidak aman	DEP2	2.5	1.7	1.5	1.8	1.3
			DEP3	1.3	0.9	1.6	1.1	1.2
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.8	1.3	1.4	1.5	1.4
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.8	1.9	2.2	2.2	2.3
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.3	1.4	1.1	1.5	1.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	2.0	1.9	1.4	1.7	1.9
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.5	0.6	0.9	1.3	0.8
	Kreatif	Monoton	NOV1	1.3	1.4	1.1	1.7	1.2

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Bali (N = 4)	Banten (N = 14)	Jakarta (N = 52)	Jawa Barat (N = 49)	Jawa Tengah (N = 10)
Kebaruan (Novelty)	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.8	1.0	0.6	1.1	1.1
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.8	1.3	1.2	1.5	1.0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	1.3	1.4	1.1	1.3	0.9

Tabel B-8 Penilaian User Experience Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2

Variabel	Sitem		Kode Item	Mean				
				Jawa Timur (N = 248)	Kalimantan Timur (N = 3)	Lampung (N = 1)	Maluku (N = 1)	Papua (N = 1)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.5	2.0	1.0	-1.0	2.0
	Baik	Buruk	ATT2	1.7	0.7	2.0	2.0	3.0
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1.5	1.7	2.0	1.0	3.0
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.6	1.7	3.0	1.0	3.0
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.3	2.3	1.0	1.0	3.0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.5	2.3	3.0	1.0	3.0
Kejelasan	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.8	2.7	3.0	1.0	3.0

Variabel	SItem		Kode Item	Mean				
				Jawa Timur (N = 248)	Kalimantan Timur (N = 3)	Lampung (N = 1)	Maluku (N = 1)	Papua (N = 1)
<i>(Perspicuity)</i>	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.6	2.7	3.0	1.0	3.0
	Rumit	Sederhana	PER3	1.6	2.0	2.0	1.0	3.0
	Jelas	Membingungkan	PER4	1.5	2.3	3.0	0.0	3.0
Efisiensi <i>(Efficiency)</i>	Cepat	Lambat	EFF1	1.2	-0.7	0.0	-1.0	3.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.5	2.0	2.0	1.0	3.0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1.6	1.0	3.0	-1.0	3.0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.6	2.0	2.0	0.0	3.0
Ketepatan <i>(Dependability)</i>	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.6	2.7	1.0	1.0	3.0
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1.6	2.7	3.0	1.0	3.0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.3	1.7	3.0	1.0	2.0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.3	2.0	2.0	1.0	3.0
Stimulasi	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0

Variabel	SItem		Kode Item	Mean				
				Jawa Timur (N = 248)	Kalimantan Timur (N = 3)	Lampung (N = 1)	Maluku (N = 1)	Papua (N = 1)
(Stimulation)	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.9	1.0	0.0	0.0	3.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1.3	2.0	3.0	1.0	3.0
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0.9	1.7	1.0	0.0	3.0
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	1.0	1.7	3.0	1.0	3.0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.7	1.0	1.0	2.0	-2.0
	Lazim	Terdepan	NOV3	1.0	1.3	0.0	2.0	3.0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.9	1.3	3.0	1.0	3.0

Tabel B-9 Penilaian User Experience Go-Ride Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Sulawesi Selatan (N = 2)	Sulawesi Utara (N = 1)	Sumatra Selatan (N = 1)	Sumatra Utara (N = 2)	Yogyakarta (N = 11)
Daya Tarik	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.5	2.0	2.0	2.0	1.8
	Baik	Buruk	ATT2	1.5	1.0	2.0	3.0	1.5

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Sulawesi Selatan (N = 2)	Sulawesi Utara (N = 1)	Sumatra Selatan (N = 1)	Sumatra Utara (N = 2)	Yogyakarta (N = 11)
<i>(Attractiveness)</i>	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	2.0	2.0	2.0	2.5	1.5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.5	1.0	2.0	1.5	1.2
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	2.0	0.0	2.0	2.5	1.2
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.5	0.0	2.0	2.5	1.5
Kejelasan <i>(Perspicuity)</i>	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	2.0	0.0	2.0	2.0	1.9
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	2.0	1.0	2.0	2.0	1.2
	Rumit	Sederhana	PER3	1.5	1.0	2.0	3.0	1.4
	Jelas	Membingungkan	PER4	1.5	1.0	2.0	2.5	1.6
Efisiensi <i>(Efficiency)</i>	Cepat	Lambat	EFF1	1.5	1.0	-1.0	2.5	1.3
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	2.0	0.0	2.0	2.0	0.9
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	2.0	1.0	3.0	3.0	1.5
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	2.0	0.0	2.0	3.0	1.5

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Sulawesi Selatan (N = 2)	Sulawesi Utara (N = 1)	Sumatra Selatan (N = 1)	Sumatra Utara (N = 2)	Yogyakarta (N = 11)
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.0	-1.0	1.0	2.5	1.2
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1.5	1.0	2.0	2.5	1.5
	Aman	Tidak aman	DEP3	2.0	1.0	2.0	2.5	1.3
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	0.5	1.0	2.0	3.0	0.9
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.5	1.0	2.0	3.0	1.7
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	2.0	2.0	1.0	1.5	0.2
	Tidak menarik	Menarik	STI3	2.0	1.0	2.0	2.0	1.1
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0.0	1.0	0.0	1.5	0.5
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	1.5	-2.0	2.0	2.5	1.2
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.0	2.0	2.0	0.5	0.5
	Lazim	Terdepan	NOV3	1.5	2.0	1.0	0.0	0.5
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.5	-1.0	2.0	2.0	0.7

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori Pendidikan terakhir:

Tabel B-10 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				SD (N = 1)	SMP (N = 4)	SMA/S MK (N = 214)	D1/D2/D 3 (N = 25)	S1/D4 (N = 152)	S2 (N = 4)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	2,0	1,5	1,6	1,9	1,6	1,5
	Baik	Buruk	ATT2	1,0	1,8	1,8	2,1	1,7	1,5
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	0,0	1,5	1,6	1,8	1,7	1,5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	0,0	1,0	1,7	2,1	1,7	1,5
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,0	0,5	1,3	1,8	1,4	1,5
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	0,0	0,8	1,6	2,0	1,6	1,5
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,0	1,3	1,9	2,1	1,9	1,5
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	0,0	1,5	1,6	2,2	1,6	1,5

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				SD (N = 1)	SMP (N = 4)	SMA/S MK (N = 214)	D1/D2/D3 (N = 25)	S1/D4 (N = 152)	S2 (N = 4)
	Rumit	Sederhana	PER3	0,0	1,3	1,7	2,1	1,6	1,5
	Jelas	Membingungkan	PER4	0,0	1,3	1,5	1,5	1,6	1,5
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	0,0	1,0	1,2	1,5	1,2	1,3
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	0,0	0,8	1,5	2,0	1,6	1,5
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	0,0	1,0	1,6	2,2	1,6	0,8
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	0,0	0,8	1,7	1,8	1,6	1,5
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	0,0	1,3	1,6	1,7	1,7	1,5
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,0	1,0	1,6	2,0	1,6	1,8
	Aman	Tidak aman	DEP3	0,0	1,0	1,3	2,0	1,2	1,3
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	0,0	0,3	1,4	1,7	1,3	1,5
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1,0	2,5	2,1	2,4	2,0	2,0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1,0	1,3	1,0	1,2	1,0	1,3

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				SD (N = 1)	SMP (N = 4)	SMA/S MK (N = 214)	D1/D2/D 3 (N = 25)	S1/D4 (N = 152)	S2 (N = 4)
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0,0	1,8	1,4	1,9	1,4	1,3
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0,0	0,0	0,9	1,5	0,9	1,5
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1	1,0	1,3	1,1	1,4	1,2	1,3
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	1,0	1,3	0,6	1,0	0,9	-0,5
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,0	0,8	1,0	1,5	1,1	1,0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,0	1,0	0,8	1,4	1,2	1,5

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori profesi sesuai KTP:

Tabel B-11 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Profesi Sesuai KTP

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Mahasiswa/Pelajar (N = 337)	Pegawai Swasta (N = 31)	Pegawai BUMN (N = 15)	Wiraswasta (N = 9)	PNS (N = 6)	Ibu Rumah Tangga (N = 2)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,6	1,8	1,8	0,8	2,2	0,0
	Baik	Buruk	ATT2	1,8	1,9	1,6	1,1	2,2	1,5
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,6	1,7	1,6	1,0	2,0	1,5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,7	1,7	1,7	1,3	2,2	2,5
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1,4	1,3	1,7	1,4	1,7	1,0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,6	1,5	1,9	1,0	1,8	2,5
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,9	1,9	1,7	1,7	2,2	2,0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,7	1,3	1,5	1,0	2,0	2,5

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Mahasiswa/Pelajar (N = 337)	Pegawai Swasta (N = 31)	Pegawai BUMN (N = 15)	Wiraswasta (N = 9)	PNS (N = 6)	Ibu Rumah Tangga (N = 2)
	Rumit	Sederhana	PER3	1,7	1,6	1,5	1,4	2,2	1,5
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,5	1,3	1,7	1,7	1,8	-1,0
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	1,2	1,5	1,3	0,4	1,3	2,5
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,5	1,6	1,7	1,2	1,8	1,5
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,6	1,5	1,5	0,6	2,2	2,5
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,6	1,3	1,9	2,0	2,0	2,5
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,6	1,4	1,7	1,8	1,8	0,5
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,6	1,5	1,7	1,1	2,0	1,0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,3	1,3	1,5	0,7	0,7	3,0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,4	1,3	1,8	0,9	1,8	2,5
	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2,1	2,1	2,1	1,3	2,8	3,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Mahasiswa/Pelajar (N = 337)	Pegawai Swasta (N = 31)	Pegawai BUMN (N = 15)	Wiraswasta (N = 9)	PNS (N = 6)	Ibu Rumah Tangga (N = 2)
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1,0	1,0	1,6	0,9	1,3	2,0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1,4	1,1	1,7	1,1	1,8	2,5
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0,9	1,0	1,8	0,3	1,5	1,5
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1	1,2	1,3	1,1	0,4	1,3	2,5
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,8	0,9	0,2	-0,1	1,8	-0,5
	Lazim	Terdepan	NOV3	1,0	1,3	1,5	1,0	1,7	-1,5
	Konservatif	Inovatif	NOV4	1,0	1,0	1,8	-0,1	1,7	1,0

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori rata-rata penghasilan:

Tabel B-12 Penilaian *User Experience* Go-Ride Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan

Variabel	Item		Kode Item	Mean			
				< Rp 1.000.000 ,- (N = 179)	Rp 1.000.000 ,- sampai Rp 2.500.000 ,- (N = 108)	Rp 2.500.000 ,- sampai Rp 5.000.000 ,- (N = 77)	> Rp 5.000.000 ,- (N = 36)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,5	1,8	1,6	1,6
	Baik	Buruk	ATT2	1,8	1,8	1,9	1,5
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,6	1,7	1,6	1,6
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,6	1,8	1,7	1,6
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1,3	1,5	1,4	1,4
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,5	1,7	1,7	1,5
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,8	2,0	1,8	1,9
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,6	1,6	1,7	1,4

Variabel	Item		Kode Item	Mean			
				< Rp 1.000.000 ,- (N = 179)	Rp 1.000.000 ,- sampai Rp 2.500.000 ,- (N = 108)	Rp 2.500.000 ,- sampai Rp 5.000.000 ,- (N = 77)	> Rp 5.000.000 ,- (N = 36)
	Rumit	Sederhana	PER3	1,7	1,8	1,7	1,5
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,5	1,6	1,5	1,5
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	1,1	1,1	1,3	1,4
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,5	1,8	1,5	1,3
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,6	1,6	1,8	1,5
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,6		1,8	1,4
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,6	1,8	1,6	1,6
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,5	1,7	1,6	1,4
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,3	1,8	1,6	0,9
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,2	1,3	1,4	1,3
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2,0	2,3	2,1	2,0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0,9	1,1	1,1	1,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean			
				< Rp 1.000.000 ,- (N = 179)	Rp 1.000.000 ,- sampai Rp 2.500.000 ,- (N = 108)	Rp 2.500.000 ,- sampai Rp 5.000.000 ,- (N = 77)	> Rp 5.000.000 ,- (N = 36)
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1,4	1,5	1,4	1,4
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0,8	1,2	0,9	1,1
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	1,1	1,3	1,1	1,0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,7	1,0	0,8	0,5
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,9	1,3	0,8	1,6
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,9	1,0	1,1	1,3

LAMPIRAN C: DATA PENILAIAN *USER EXPERIENCE GRABBIKE*

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori jenis kelamin:

Tabel C-1 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Item		Kode Item	Mean	
				Pria (N = 133)	Wanita (N = 267)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak Memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,0	1,3
	Baik	Buruk	ATT2	1,4	1,6
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,3	1,3
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,3	1,3
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,9	0,8
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,2	1,2
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,4	1,6
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,0	1,1
	Rumit	Sederhana	PER3	1,3	1,4
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,2	1,2
Efisiensi (<i>Efficency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	1,1	0,9
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,3	1,4
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,4	1,4
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,2	1,1
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,5	1,4
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,4	1,4
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,2	1,3
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,0	1,2

Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1,9	2,0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0,7	0,8
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0,9	0,8
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1,2	1,5
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1	0,4	0,3
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,5	0,3
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,4	0,5
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,4	0,5

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori umur:

Tabel C-2 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Umur

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				14 – 17 tahun (N = 19)	18 – 24 tahun (N = 348)	25 – 31 tahun (N = 24)	32 – 38 tahun (N = 7)	39 – 45 tahun (N = 1)	Lebih dari 46 tahun (N = 1)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,8	1,1	1,6	0,7	2,0	3,0
	Baik	Buruk	ATT2	1,6	1,5	1,5	1,4	2,0	2,0
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,3	1,3	1,5	0,4	1,0	0,0
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,4	1,3	1,5	1,3	1,0	0,0
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,9	0,8	1,1	-0,1	1,0	1,0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,6	1,2	1,5	0,7	2,0	2,0
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	2,2	1,5	2,0	0,7	2,0	3,0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,5	1,1	1,3	0,0	2,0	3,0
	Rumit	Sederhana	PER3	1,6	1,4	1,7	0,4	2,0	0,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				14 – 17 tahun (N = 19)	18 – 24 tahun (N = 348)	25 – 31 tahun (N = 24)	32 – 38 tahun (N = 7)	39 – 45 tahun (N = 1)	Lebih dari 46 tahun (N = 1)
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,7	1,2	1,3	-0,1	2,0	0,0
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	0,7	0,9	1,1	1,1	1,0	-2,0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,6	1,4	1,5	0,4	0,0	0,0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,7	1,4	1,6	1,1	2,0	1,0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,6	1,1	1,3	0,3	1,0	1,0
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,9	1,4	1,6	0,7	0,0	3,0
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,5	1,4	1,4	1,1	1,0	3,0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,1	1,3	1,2	1,1	0,0	3,0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,3	1,1	1,2	0,3	1,0	2,0
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2,3	2,0	2,0	1,0	3,0	3,0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0,6	0,7	0,9	0,0	0,0	3,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				14 – 17 tahun (N = 19)	18 – 24 tahun (N = 348)	25 – 31 tahun (N = 24)	32 – 38 tahun (N = 7)	39 – 45 tahun (N = 1)	Lebih dari 46 tahun (N = 1)
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0,8	0,8	1,1	0,7	0,0	2,0
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1,6	1,4	1,4	0,1	0,0	3,0
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	0,4	0,3	0,5	0,9	2,0	3,0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,3	0,4	0,3	0,1	1,0	0,0
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,1	0,5	0,8	0,1	-3,0	1,0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,1	0,4	1,0	0,3	0,0	0,0

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori provinsi kelahiran:

Tabel C-3 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 1

Variabel	Item		Kode Item	Mean							
				Aceh (N = 1)	Bali (N = 7)	Banten (N = 10)	Bengkulu (N = 3)	Jakarta (N = 64)	Jambi (N = 1)	Jawa Barat (N = 37)	Jawa Tengah (N = 31)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	2.0	0.9	1.6	0.0	1.3	1.0	1.2	1.1
	Baik	Buruk	ATT2	0.0	1.1	1.8	1.3	1.7	1.0	1.3	1.5
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	0.0	1.4	1.3	0.7	1.4	1.0	1.2	1.5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	0.0	1.4	0.9	1.0	1.4	2.0	1.4	1.3
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0.0	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	0.7	0.9
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	-1.0	1.0	1.3	1.3	1.3	1.0	1.0	1.4
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.0	1.0	1.5	1.7	1.7	2.0	1.6	1.5
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	-2.0	0.7	1.0	1.0	1.4	2.0	1.2	1.0
	Rumit	Sederhana	PER3	0.0	1.0	1.3	1.3	1.6	1.0	1.2	1.4
	Jelas	Membingungkan	PER4	0.0	1.4	1.0	1.3	1.1	1.0	1.0	1.2

Variabel	Item		Kode Item	Mean							
				Aceh (N = 1)	Bali (N = 7)	Banten (N = 10)	Bengkulu (N = 3)	Jakarta (N = 64)	Jambi (N = 1)	Jawa Barat (N = 37)	Jawa Tengah (N = 31)
Efisiensi (<i>Efficency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	-1.0	1.0	0.6	0.3	0.8	2.0	0.9	1.1
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	2.0	1.4	1.5	1.0	1.5	1.0	1.4	1.2
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1.0	1.4	1.3	1.0	1.5	2.0	1.2	1.5
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	-2.0	0.7	1.1	0.0	1.2	1.0	0.9	1.4
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	2.0	1.6	0.9	2.0	1.6	1.0	1.5	1.3
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	0.0	1.6	1.4	1.0	1.5	1.0	1.6	1.3
	Aman	Tidak aman	DEP3	0.0	1.3	1.1	0.0	1.4	2.0	1.2	1.5
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.0	1.0	1.1	1.0	1.2	0.0	1.1	1.2
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.0	2.1	1.9	2.3	2.2	2.0	1.8	2.0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.0	0.3	0.7	0.7	0.8	0.0	0.7	0.9
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1.0	1.0	0.6	0.7	0.8	0.0	0.9	0.8

Variabel	Item		Kode Item	Mean							
				Aceh (N = 1)	Bali (N = 7)	Banten (N = 10)	Bengkulu (N = 3)	Jakarta (N = 64)	Jambi (N = 1)	Jawa Barat (N = 37)	Jawa Tengah (N = 31)
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	3.0	1.1	1.7	1.7	1.4	0.0	1.2	1.2
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	0.0	0.3	0.5	0.0	0.3	1.0	0.2	0.4
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	1.0	0.4	0.4	1.7	0.6	-1.0	0.6	0.4
	Lazim	Terdepan	NOV3	2.0	0.4	0.3	0.0	0.6	-1.0	0.6	0.2
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.0	-0.1	0.0	0.0	0.5	0.0	0.8	0.3

Tabel C-4 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 2

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Jawa Timur (N = 196)	Kalimantan Barat (N = 1)	Kalimantan Selatan (N = 1)	Kalimantan Timur (N = 3)	Kepulauan Riau (N = 3)	Lampung (N = 1)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.2	1.0	1.0	2.0	1.7	0.0
	Baik	Buruk	ATT2	1.5	1.0	-1.0	2.0	1.7	0.0
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1.3	0.0	-1.0	2.0	2.0	0.0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Jawa Timur (N = 196)	Kalimantan Barat (N = 1)	Kalimantan Selatan (N = 1)	Kalimantan Timur (N = 3)	Kepulauan Riau (N = 3)	Lampung (N = 1)
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.3	1.0	0.0	1.7	2.0	0.0
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0.8	1.0	-1.0	1.0	0.7	1.0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.1	1.0	0.0	1.3	2.0	1.0
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.5	-2.0	0.0	2.3	2.0	1.0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.0	-1.0	0.0	1.7	1.0	3.0
	Rumit	Sederhana	PER3	1.4	0.0	0.0	2.0	2.0	1.0
	Jelas	Membingungkan	PER4	1.3	-1.0	0.0	2.0	2.0	2.0
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	1.0	3.0	-1.0	1.7	2.0	-1.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.3	1.0	0.0	2.0	2.0	1.0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1.4	0.0	0.0	1.7	2.3	1.0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.1	1.0	0.0	1.7	2.0	3.0
Ketepatan	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.4	1.0	0.0	2.0	2.0	2.0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Jawa Timur (N = 196)	Kalimantan Barat (N = 1)	Kalimantan Selatan (N = 1)	Kalimantan Timur (N = 3)	Kepulauan Riau (N = 3)	Lampung (N = 1)
(Dependability)	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1.3	2.0	0.0	1.7	1.7	2.0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.3	1.0	0.0	1.7	0.7	3.0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.1	0.0	0.0	1.7	1.3	0.0
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1.9	3.0	-1.0	3.0	2.0	2.0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.8	0.0	0.0	1.7	1.0	0.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0.8	0.0	0.0	1.3	1.0	2.0
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.4	-3.0	0.0	1.3	0.3	1.0
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	0.3	-3.0	0.0	0.0	0.3	1.0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.3	-2.0	0.0	0.0	-1.0	0.0
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.5	0.0	0.0	0.3	0.0	1.0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.5	0.0	1.0	0.3	0.3	1.0

Tabel C-5 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 3

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Maluku (N = 3)	Maluku Utara (N = 1)	NTB (N = 1)	Papua Barat (N = 1)	Riau (N = 2)	Sulawesi Selatan (N = 6)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	0.3	1.0	0.0	2.0	2.0	0.8
	Baik	Buruk	ATT2	1.3	-1.0	0.0	3.0	1.5	1.5
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	0.7	-1.0	0.0	2.0	1.0	2.2
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	0.7	-2.0	0.0	3.0	0.0	1.8
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.0	0.0	0.0	2.0	0.5	1.5
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.0	0.0	0.0	2.0	1.0	1.3
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	0.0	1.0	0.0	2.0	1.0	1.5
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.0	-1.0	0.0	-1.0	0.5	1.5
	Rumit	Sederhana	PER3	0.3	-1.0	0.0	3.0	0.5	1.3
	Jelas	Membingungkan	PER4	0.7	-1.0	0.0	3.0	1.0	1.3
Efisiensi	Cepat	Lambat	EFF1	1.3	-1.0	0.0	2.0	0.5	2.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	0.7	-1.0	0.0	-1.0	0.5	1.5

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Maluku (N = 3)	Maluku Utara (N = 1)	NTB (N = 1)	Papua Barat (N = 1)	Riau (N = 2)	Sulawesi Selatan (N = 6)
<i>(Efficiency)</i>	Tidak praktis	Praktis	EFF3	0.3	-2.0	0.0	3.0	1.0	1.8
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	0.7	-1.0	0.0	3.0	1.5	1.3
Ketepatan <i>(Dependability)</i>	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	0.0	0.0	0.0	2.0	1.0	1.3
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	0.7	1.0	0.0	3.0	1.5	2.0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.3	-1.0	0.0	0.0	1.0	1.7
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.3	0.0	0.0	3.0	1.5	1.3
Stimulasi <i>(Stimulation)</i>	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1.3	-1.0	0.0	3.0	2.0	2.7
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.0	-1.0	0.0	3.0	0.5	0.5
	Tidak menarik	Menarik	STI3	-0.3	1.0	0.0	0.0	0.0	0.8
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.0	0.0	0.0	3.0	-0.5	1.8
	Kreatif	Monoton	NOV1	0.7	-1.0	0.0	0.0	-1.5	0.7

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Maluku (N = 3)	Maluku Utara (N = 1)	NTB (N = 1)	Papua Barat (N = 1)	Riau (N = 2)	Sulawesi Selatan (N = 6)
Kebaruan (Novelty)	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.7	-1.0	0.0	1.0	-0.5	0.7
	Lazim	Terdepan	NOV3	-0.3	0.0	0.0	2.0	0.0	0.3
	Konservatif	Inovatif	NOV4	-0.3	0.0	0.0	2.0	0.0	0.8

Tabel C-6 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Kelahiran 4

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Sulawesi Utara (N = 1)	Sulawesi Tenggara (N = 2)	Sumatera Barat (N = 6)	Sumatera Selatan (N = 6)	Sumatera Utara (N = 7)	Yogyakarta (N = 5)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	0.0	0.5	1.0	1.0	1.6	1.2
	Baik	Buruk	ATT2	3.0	2.5	1.7	2.0	1.7	1.6
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	0.0	2.0	0.8	1.2	1.9	1.4
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	0.0	2.5	1.0	1.8	1.7	0.8
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.0	0.0	1.2	2.0	1.1	1.2
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.0	3.0	1.3	2.0	1.1	1.6

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Sulawesi Utara (N = 1)	Sulawesi Tenggara (N = 2)	Sumatera Barat (N = 6)	Sumatera Selatan (N = 6)	Sumatera Utara (N = 7)	Yogyakarta (N = 5)
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	0.0	2.5	1.2	2.0	2.3	1.2
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.0	3.0	1.5	0.8	1.9	1.4
	Rumit	Sederhana	PER3	1.0	2.5	1.0	2.0	2.1	1.8
	Jelas	Membbingungkan	PER4	0.0	2.5	1.3	1.2	0.4	1.8
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	1.0	1.0	0.2	1.0	1.1	0.8
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.0	2.5	1.2	2.0	1.9	1.0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	3.0	2.5	0.5	1.8	1.9	1.8
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.0	1.0	1.3	1.7	1.4	1.2
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.0	3.0	1.0	2.2	1.6	0.6
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	2.0	2.5	1.0	2.3	1.1	1.2
	Aman	Tidak aman	DEP3	0.0	2.5	1.0	1.5	1.0	1.6
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.0	2.5	1.5	1.5	1.3	1.2

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Sulawesi Utara (N = 1)	Sulawesi Tenggara (N = 2)	Sumatera Barat (N = 6)	Sumatera Selatan (N = 6)	Sumatera Utara (N = 7)	Yogyakarta (N = 5)
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	3.0	3.0	2.3	2.0	1.9	2.0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1.0	0.0	1.2	1.2	0.7	0.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1.0	1.5	1.0	1.5	1.1	0.4
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.0	1.0	1.5	1.5	2.3	1.2
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	-1.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.6
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.0	0.0	0.3	0.3	1.1	-0.4
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.0	0.0	0.2	1.2	0.4	-0.6
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.0	1.0	0.8	0.3	1.1	-0.4

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori provinsi tempat tinggal:

Tabel C-7 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 1

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Bali (N = 4)	Banten (N = 14)	Jakarta (N = 52)	Jawa Barat (N = 49)	Jawa Tengah (N = 10)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.5	1.2	1.6	1.5	1.2
	Baik	Buruk	ATT2	0.8	1.6	2.0	1.6	1.3
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1.5	1.2	1.6	1.4	1.6
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.3	1.4	1.4	1.6	1.2
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	1.3	0.9	1.1	1.0	1.0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.5	1.6	1.3	1.4	1.7
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.8	1.7	1.8	1.8	1.5
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	2.0	1.1	1.5	1.3	1.0
	Rumit	Sederhana	PER3	1.3	1.2	1.5	1.5	1.6
	Jelas	Membingungkan	PER4	2.3	0.5	1.4	1.0	1.0
	Cepat	Lambat	EFF1	-0.8	0.8	1.2	1.0	1.0

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Bali (N = 4)	Banten (N = 14)	Jakarta (N = 52)	Jawa Barat (N = 49)	Jawa Tengah (N = 10)
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.8	1.1	1.7	1.5	1.4
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	0.3	1.6	1.7	1.4	1.5
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.5	1.2	1.3	1.2	1.3
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.3	1.4	1.7	1.5	1.2
	Menghalangi Aman	Mendukung	DEP2	1.5	1.4	1.6	1.3	1.1
		Tidak aman	DEP3	1.5	0.9	1.5	1.2	1.4
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.5	0.6	1.3	1.3	1.6
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.5	1.4	2.2	2.3	1.7
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.3	0.4	1.0	0.8	1.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0.8	1.0	0.9	1.0	0.8
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.8	0.7	1.6	1.4	1.7
	Kreatif	Monoton	NOV1	0.8	0.5	0.5	0.1	-0.2

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Bali (N = 4)	Banten (N = 14)	Jakarta (N = 52)	Jawa Barat (N = 49)	Jawa Tengah (N = 10)
Kebaruan (Novelty)	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	1.0	0.4	0.4	0.8	-0.1
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.8	0.6	0.5	0.6	-0.5
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.5	0.8	0.7	0.6	-0.2

Tabel C-8 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 2

Variabel	Sitem		Kode Item	Mean				
				Jawa Timur (N = 248)	Kalimantan Timur (N = 3)	Lampung (N = 1)	Maluku (N = 1)	Papua (N = 1)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.1	0.3	0.0	-2.0	1.0
	Baik	Buruk	ATT2	1.4	0.7	0.0	1.0	0.0
	Tidak disukai	Menggembirkan	ATT3	1.2	2.0	0.0	-1.0	0.0
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.3	2.0	0.0	-1.0	0.0
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0.7	1.0	1.0	1.0	0.0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1.1	1.0	1.0	1.0	0.0

Variabel	SItem		Kode Item	Mean				
				Jawa Timur (N = 248)	Kalimantan Timur (N = 3)	Lampung (N = 1)	Maluku (N = 1)	Papua (N = 1)
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.4	1.3	1.0	-1.0	0.0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1.0	1.3	3.0	1.0	0.0
	Rumit	Sederhana	PER3	1.4	1.3	1.0	-1.0	0.0
	Jelas	Membingungkan	PER4	1.2	1.3	2.0	1.0	0.0
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	0.9	1.7	-1.0	1.0	0.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1.3	2.0	1.0	-1.0	0.0
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1.3	1.3	1.0	-1.0	0.0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1.0	1.3	3.0	1.0	0.0
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1.4	0.7	2.0	-2.0	0.0
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1.4	2.0	2.0	-1.0	0.0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.2	1.7	3.0	1.0	0.0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1.1	1.0	0.0	1.0	0.0

Variabel	SItem		Kode Item	Mean				
				Jawa Timur (N = 248)	Kalimantan Timur (N = 3)	Lampung (N = 1)	Maluku (N = 1)	Papua (N = 1)
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1.9	3.0	2.0	1.0	0.0
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0.7	0.3	0.0	-1.0	0.0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0.8	0.7	2.0	-1.0	0.0
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1.3	1.7	1.0	1.0	0.0
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	0.3	0.7	1.0	1.0	0.0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0.3	0.7	0.0	1.0	0.0
	Lazim	Terdepan	NOV3	0.4	1.0	1.0	-1.0	0.0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.4	0.7	1.0	-1.0	0.0

Tabel C-9 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal 3

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Sulawesi Selatan (N = 2)	Sulawesi Utara (N = 1)	Sumatra Selatan (N = 1)	Sumatra Utara (N = 2)	Yogyakarta (N = 11)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1.0	1.0	2.0	1.0	1.3
	Baik	Buruk	ATT2	2.5	2.0	2.0	2.0	1.4
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	2.0	2.0	1.0	2.0	1.1
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1.0	1.0	2.0	2.0	0.5
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	2.5	2.0	2.0	1.0	0.7
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	2.5	1.0	2.0	1.5	1.2
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1.0	1.0	3.0	2.0	1.8
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	-0.5	1.0	1.0	1.5	0.5
	Rumit	Sederhana	PER3	2.5	0.0	2.0	2.0	1.2
	Jelas	Membingungkan	PER4	2.5	2.0	2.0	-1.0	1.2
Efisiensi	Cepat	Lambat	EFF1	1.5	2.0	0.0	2.0	1.0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	2.5	-1.0	1.0	1.5	0.6

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Sulawesi Selatan (N = 2)	Sulawesi Utara (N = 1)	Sumatra Selatan (N = 1)	Sumatra Utara (N = 2)	Yogyakarta (N = 11)
<i>(Efficiency)</i>	Tidak praktis	Praktis	EFF3	3.0	1.0	2.0	0.5	1.2
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	2.0	2.0	2.0	0.0	0.8
Ketepatan <i>(Dependability)</i>	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	2.0	0.0	2.0	3.0	0.6
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	2.5	2.0	2.0	2.5	1.0
	Aman	Tidak aman	DEP3	1.5	2.0	3.0	2.0	1.3
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	2.5	2.0	1.0	1.5	0.5
Stimulasi <i>(Stimulation)</i>	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2.5	3.0	3.0	2.0	1.7
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1.5	0.0	2.0	2.0	0.2
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0.5	0.0	0.0	1.0	0.5
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	2.5	2.0	3.0	2.0	0.9
	Kreatif	Monoton	NOV1	0.0	-1.0	0.0	1.0	0.2

Variabel	Item		Kode Item	Mean				
				Sulawesi Selatan (N = 2)	Sulawesi Utara (N = 1)	Sumatra Selatan (N = 1)	Sumatra Utara (N = 2)	Yogyakarta (N = 11)
Kebaruan (Novelty)	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	-0.5	-2.0	0.0	2.5	0.4
	Lazim	Terdepan	NOV3	1.0	-2.0	2.0	0.0	0.3
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0.0	0.0	-1.0	1.0	0.3

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori Pendidikan terakhir:

Tabel C-10 Penilaian User Experience GrabBike Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				SD (N = 1)	SMP (N = 4)	SMA/S MK (N = 214)	D1/D2/D3 (N = 25)	S1/D4 (N = 152)	S2 (N = 4)
Daya Tarik (Attractiveness)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	3,0	0,5	1,2	1,0	1,3	1,8
	Baik	Buruk	ATT2	1,0	0,5	1,6	1,7	1,3	0,8
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	0,0	0,5	1,3	1,4	0,8	0,5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	0,0	0,3	1,3	1,5	1,5	0,5
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,0	0,0	0,9	0,8	1,2	1,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				SD (N = 1)	SMP (N = 4)	SMA/S MK (N = 214)	D1/D2/D 3 (N = 25)	S1/D4 (N = 152)	S2 (N = 4)
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	0,0	0,5	1,2	1,6	1,2	0,8
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	2,0	0,8	1,5	1,7	1,6	1,5
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,0	-0,3	1,1	1,6	1,3	1,0
	Rumit	Sederhana	PER3	0,0	0,5	1,4	1,6	1,2	0,8
	Jelas	Membingungkan	PER4	0,0	0,8	1,2	0,9	1,0	1,3
Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Cepat	Lambat	EFF1	2,0	0,8	1,0	0,9	1,4	0,0
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	0,0	0,5	1,4	1,6	1,4	0,8
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	0,0	1,0	1,4	1,7	1,1	1,0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	0,0	0,8	1,1	1,2	1,0	0,5
Ketepatan (<i>Dependability</i>)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	0,0	0,8	1,4	1,3	1,4	1,3
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,0	0,5	1,4	1,2	1,5	1,5
	Aman	Tidak aman	DEP3	0,0	1,0	1,3	1,5	1,1	1,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				SD (N = 1)	SMP (N = 4)	SMA/S MK (N = 214)	D1/D2/D 3 (N = 25)	S1/D4 (N = 152)	S2 (N = 4)
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	0,0	0,8	1,1	1,5	1,2	1,5
Stimulasi (<i>Stimulation</i>)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	3,0	2,3	2,0	2,2	0,7	1,8
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	1,0	0,3	0,7	1,1	0,7	0,5
	Tidak menarik	Menarik	STI3	1,0	1,0	0,9	1,3	1,3	0,3
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	0,0	1,5	1,4	1,5	1,9	1,5
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1	2,0	0,5	0,3	0,8	0,5	0,0
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	1,0	0,0	0,3	0,2	0,5	-0,5
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,0	0,0	0,4	1,0	0,3	-0,3
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,0	0,8	0,4	0,7	0,5	1,3

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori profesi sesuai KTP:

Tabel C-11 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Profesi Sesuai KTP

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Mahasiswa/Pelajar (N = 337)	Pegawai Swasta (N = 31)	Pegawai BUMN (N = 15)	Wiraswasta (N = 9)	PNS (N = 6)	Ibu Rumah Tangga (N = 2)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,2	1,4	1,0	0,2	1,7	2,5
	Baik	Buruk	ATT2	1,5	1,6	1,2	1,1	2,2	1,5
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,3	1,5	1,1	-0,6	1,2	2,5
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,3	1,3	1,1	0,3	2,0	3,0
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,8	0,8	1,3	0,8	1,3	1,0
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,2	1,1	1,3	0,4	2,0	3,0
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,5	1,7	1,1	0,4	2,0	3,0
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,1	1,2	0,5	0,8	1,5	1,5

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Mahasiswa/Pelajar (N = 337)	Pegawai Swasta (N = 31)	Pegawai BUMN (N = 15)	Wiraswasta (N = 9)	PNS (N = 6)	Ibu Rumah Tangga (N = 2)
	Rumit	Sederhana	PER3	1,4	1,3	0,8	0,6	1,5	2,0
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,2	1,1	1,1	0,3	1,7	-1,0
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	0,9	0,9	1,1	1,2	1,8	1,5
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,4	1,3	1,3	0,9	1,3	1,5
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,4	1,3	1,5	1,1	2,0	3,0
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,1	1,0	1,6	1,0	1,3	2,5
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,5	1,2	1,5	1,1	1,8	0,5
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,4	1,3	1,6	1,3	1,8	1,5
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,3	1,3	1,2	0,8	0,7	3,0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,1	1,0	1,3	-0,1	1,2	3,0
	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	2,0	1,9	1,8	0,6	2,7	2,0

Variabel	Item		Kode Item	Mean					
				Mahasiswa/Pelajar (N = 337)	Pegawai Swasta (N = 31)	Pegawai BUMN (N = 15)	Wiraswasta (N = 9)	PNS (N = 6)	Ibu Rumah Tangga (N = 2)
Stimulasi (Stimulation)	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0,7	0,9	1,0	0,1	0,3	2,0
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0,8	0,9	0,9	0,4	0,8	2,5
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1,4	0,9	1,2	0,2	1,2	1,5
Kebaruan (Novelty)	Kreatif	Monoton	NOV1	0,3	0,8	-0,1	0,8	0,8	2,5
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,4	0,2	0,5	0,4	1,5	-0,5
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,4	0,5	0,8	0,8	0,3	0,0
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,5	0,5	0,5	0,8	1,5	0,0

Tabel hasil rata-rata (*mean*) penilaian *user experience* Go-Ride berdasarkan kategori rata-rata penghasilan:

Tabel C-12 Penilaian *User Experience* GrabBike Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan

Variabel	Item		Kode Item	Mean			
				< Rp 1.000.000 ,- (N = 179)	Rp 1.000.000 ,- sampai Rp 2.500.000 ,- (N = 108)	Rp 2.500.000 ,- sampai Rp 5.000.000 ,- (N = 77)	> Rp 5.000.000 ,- (N = 36)
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Tidak memuaskan	Memuaskan	ATT1	1,2	1,1	1,2	1,3
	Baik	Buruk	ATT2	1,5	1,5	1,6	1,4
	Tidak disukai	Menggembirakan	ATT3	1,2	1,3	1,4	1,4
	Tidak nyaman	Nyaman	ATT4	1,3	1,3	1,3	1,3
	Atraktif	Tidak atraktif	ATT5	0,8	0,9	1,0	0,8
	Ramah Pengguna	Tidak ramah pengguna	ATT6	1,1	1,3	1,3	1,1
Kejelasan (<i>Perspicuity</i>)	Tak dapat dipahami	Dapat dipahami	PER1	1,5	1,5	1,5	1,6
	Mudah dipelajari	Sulit dipelajari	PER2	1,1	1,0	1,1	1,0
	Rumit	Sederhana	PER3	1,4	1,4	1,4	1,2


Variabel	Item		Kode Item	Mean			
				< Rp 1.000.000 ,- (N = 179)	Rp 1.000.000 ,- sampai Rp 2.500.000 ,- (N = 108)	Rp 2.500.000 ,- sampai Rp 5.000.000 ,- (N = 77)	> Rp 5.000.000 ,- (N = 36)
	Jelas	Membingungkan	PER4	1,2	1,2	1,3	1,1
Efisiensi (Efficiency)	Cepat	Lambat	EFF1	0,8	1,0	1,1	0,9
	Tidak efisien	Efisien	EFF2	1,3	1,5	1,4	1,3
	Tidak praktis	Praktis	EFF3	1,3	1,4	1,6	1,6
	Terorganisasi	Berantakan	EFF4	1,0	1,0	1,3	1,2
Ketepatan (Dependability)	Tidak dapat diprediksi	Dapat diprediksi	DEP1	1,4	1,4	1,5	1,5
	Menghalangi	Mendukung	DEP2	1,3	1,5	1,5	1,4
	Aman	Tidak aman	DEP3	1,2	1,3	1,4	1,0
	Memenuhi ekspektasi	Tidak memenuhi ekspektasi	DEP4	1,1	1,1	1,2	1,1
Stimulasi (Stimulation)	Bermanfaat	Kurang bermanfaat	STI1	1,8	2,1	2,1	1,9
	Membosankan	Mengasyikkan	STI2	0,7	0,7	1,0	0,8


Variabel	Item		Kode Item	Mean			
				< Rp 1.000.000 ,- (N = 179)	Rp 1.000.000 ,- sampai Rp 2.500.000 ,- (N = 108)	Rp 2.500.000 ,- sampai Rp 5.000.000 ,- (N = 77)	> Rp 5.000.000 ,- (N = 36)
	Tidak menarik	Menarik	STI3	0,8	0,7	1,0	0,9
	Memotivasi	Tidak memotivasi	STI4	1,4	1,4	1,4	1,0
Kebaruan (<i>Novelty</i>)	Kreatif	Monoton	NOV1	0,2	0,3	0,5	0,3
	Berdaya cipta	Konvensional	NOV2	0,3	0,5	0,5	0,3
	Lazim	Terdepan	NOV3	0,5	0,4	0,3	0,9
	Konservatif	Inovatif	NOV4	0,4	0,4	0,5	0,6


LAMPIRAN D: KAMPANYE YANG DILAKUKAN UNTUK MEMPEROLEH DATA


Tabel D-1 Timeline Penyebaran Data


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
26 Februari 2018	Membuat post pada <i>profile</i> Line untuk disebar di <i>timeline</i>	96 likes, 247 shares : Efektif	 <p>Disarankan untuk dibuka di desktop 😊 Segala data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan penelitian semata. Akan ada pulsa sebesar 25 ribu bagi anda yang beruntung. Bantuan untuk membagikan postingan ini sangat diapresiasi. Terima kasih dan semoga urusan kita semua dilancarkan, aamiin! Ps : jika ada sesuatu yang membingungkan bisa contact saya 😊</p> <p>Hormat saya, Ninda Okta Fajariyanti nindaof@gmail.com 081945590699 26/02 01.46</p> <p>96 likes 247 shares</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
<p>26 – 28 Februari 2018</p>	<p>Chat perorangan melalui Line dan Whatsapp meminta untuk mengisi dan membantu menyebarkan</p>	<p>Sangat Efektif</p>	 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat with 'Tante Lis' (online). The messages are as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tante bantuin share ke teman2 tante ya.. (12.55) Siap siap tant (12.55) Semoga yg isi banyak ya 😊 (12.55) Tanteee pake ini ajaya yg tadi ditaruh caption gatau knp enternya gajalan jd jelek susah dibaca wkwk (13.48) Dipisah aja foto sm keterangannya (13.48) <p>The shared image is a promotional poster for 'GRABBIKE VS GO-JEK' with the text 'BANTU ISIIN YUK!'. The poster includes the following details:</p> <ul style="list-style-type: none"> With the assistance of heri, saya Ninda Oktia Fitriyanti mahasiswa SI Sistem Informatika ITS sedang menyelesaikan tugas akhir dan membutuhkan responden dengan kriteria: - Pernah mengkses / menggunakan aplikasi Go-Ride (ojek online dari Gojek) - Pernah mengkses / menggunakan aplikasi GrabBike (ojek online dari Grab) <p>At the bottom of the poster, it says: 'Jika kalian memenuhi kriteria tersebut, silahkan isi link: 13'. Below the poster, the text '[BANTU ISIIN YUK!]' is visible.</p>

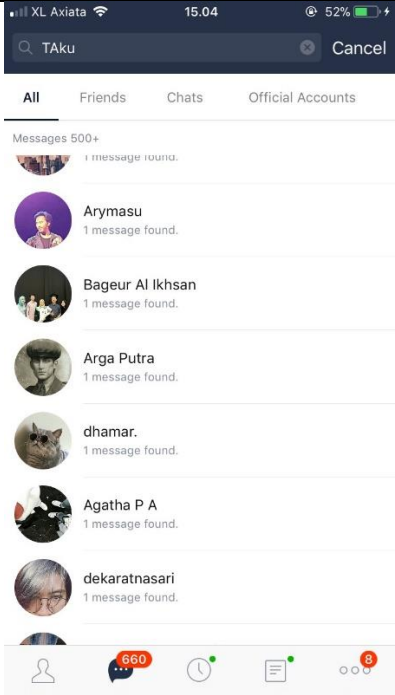
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat interface with a contact named 'Dian'. The chat contains several messages: <ul style="list-style-type: none"> A green message: "Halo mba dian boleh mintatolong ga isiin Taku di intip.in/skripsininda ??? 🙏🙏🙏🙏🙏🙏" A blue system message: "Intip.in - skripsininda An URL Shortener, mostly used by student..." A white sticker of a character with a hand to their mouth. A green message: "Thanks mbaaa" A green message: "Bantu share jg boleh ga mba?" A green message: "[BANTU ISIIN YUK!]" A promotional card for "GOJEK Grab Bike" with a QR code and text: "GOJEK Grab Bike. Dapatkan promo spesial dengan QR ini. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi gojek.com. Syarat dan ketentuan berlaku. © 2019 Gojek Indonesia. All rights reserved." The background of the chat is a grid of various donuts. The WhatsApp interface shows the time as 15:01, 49% battery, and signal strength. The bottom navigation bar includes icons for adding content, gallery, messages, text input, emojis, and voice recording. </p>

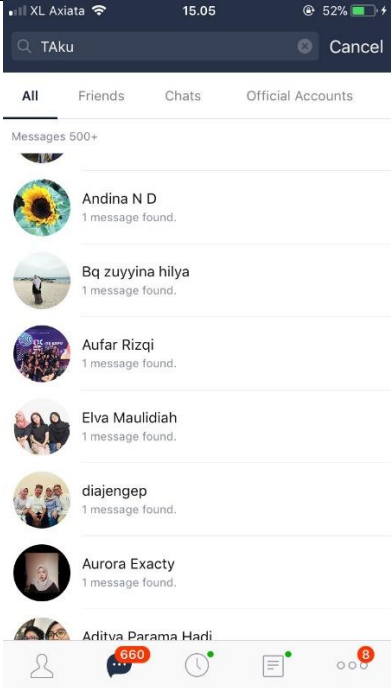
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat interface with the contact name 'Basith Akbar'. The chat history includes several messages: 'Cindy udah pulang kok', 'Okee wkwk', a date separator for Saturday, 19/05, a promotional message for 'Intip.in - skripsininda' (described as a URL shortener used by students), a date separator for Sunday, 20/05, 'dikit doang nin?', 'sorry baru buka laptop soalnya hehe', a date separator for Monday, 21/05, 'Ditunggu jang wkwkwk', and 'udah kok nin wkwk\'. The bottom of the screen shows the standard WhatsApp input area with icons for adding attachments, text input, emojis, and voice recording.</p>

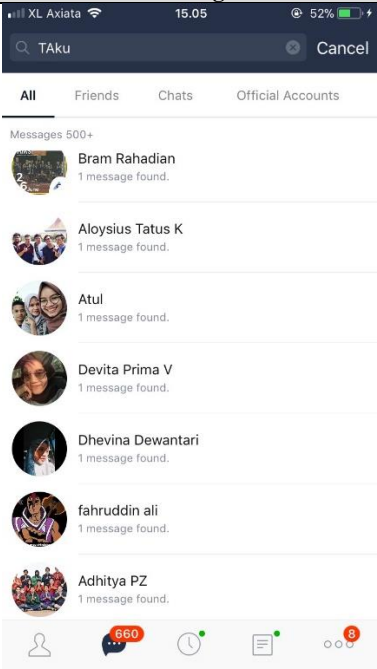
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat with the contact 'yuna s'. The chat history includes the following messages:</p> <ul style="list-style-type: none"> Green bubble: Sipsipp Green bubble: Nanti liat grup ae ya mbaa White bubble: Oalah wkwk oke niin Green bubble: Mbaaa bantuin share Taku dong eheheh Green bubble: Share ke grup2 mbaa Green bubble: Insta story mbaaa Green bubble: Semuanyaaa wkwkwk Green bubble: [BANTU ISIIN YUK!] White bubble: Oke nin <p>A promotional image for 'GOJEK Grab Bike' is shared, featuring the text 'GOJEK Grab Bike' and a list of terms and conditions. The image is highlighted with a green border.</p>

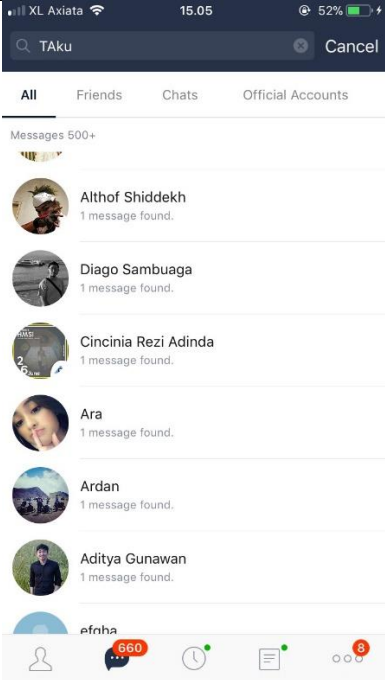
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat with the contact 'Desy Ariyanti'. The chat history includes:</p> <ul style="list-style-type: none">A green message: "Haloo mba des boleh mintatolong ga isiin Taku di intip.in/skripsininda ??? 🙏🙏🙏🙏🙏🙏"A search result for "Intip.in - skripsininda" with the description "An URL Shortener, mostly used by student..."A white message: "Done nin!"A white message: "Sukses yaaa"A white message: "Lancar2 TA nya"A green message: "Aamiinnn"A green message: "Suwun pol mbaa 🙏"A green message: "Bantu share jg boleh mbaa eheheh"A green message: "[BANTU ISIIN YUK!]"A promotional card for "GOJEK Grab Bike" with a download arrow. <p>The bottom of the chat shows the standard WhatsApp input area with icons for attachments, camera, gallery, text formatting, emojis, and voice recording.</p>

Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat interface with the contact name 'endang sulistiyani' and a group size of 659. The chat history includes several green bubbles with the following text: 'Mbaaak', 'Bantuin share sama isiin data TAKU dongg', 'Kesemua temen mbak', 'Kalo perlu ke mahasiswa mbak wkww', 'Kesemua grup semua pkoknya wkww', 'Kurang banyaaaak', 'Kurang 200an', 'Hiiks', and '[BANTU ISIIN YUK!]...'. A sticker of a white rabbit with large eyes and a blue tear is placed over the middle of the chat. The bottom of the screen shows the standard WhatsApp input area with icons for adding attachments, voice recording, and text input.</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp search interface on a mobile phone. At the top, the status bar displays 'XL Axiata', signal strength, Wi-Fi, time '15.04', and battery '52%'. Below the status bar is a search bar with the text 'Taku' and a 'Cancel' button. Underneath the search bar are four tabs: 'All', 'Friends', 'Chats', and 'Official Accounts'. The 'All' tab is selected. Below the tabs, it says 'Messages 500+'. A list of search results follows, each with a profile picture and the text '1 message found.':</p> <ul style="list-style-type: none">Profile picture of a group of people.Profile picture of a person with purple hair, name 'Arymasu'.Profile picture of a group of people, name 'Bageur Al Ikhsan'.Profile picture of a person with a black hat, name 'Arga Putra'.Profile picture of a cat, name 'dhamar.'.Profile picture of a person with a white mask, name 'Agatha P A'.Profile picture of a person with glasses, name 'dekaratnasari'. <p>At the bottom of the screen is the WhatsApp navigation bar with icons for profile, messages (660), timer, list, and voice calls (8).</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp search interface on an Android phone. At the top, the status bar displays 'XL Axiata', signal strength, Wi-Fi, the time '15.05', and a battery level of '52%'. Below the status bar is a search bar with the text 'Taku' and a 'Cancel' button. Underneath the search bar are four tabs: 'All', 'Friends', 'Chats', and 'Official Accounts'. The 'All' tab is selected. Below the tabs, it says 'Messages 500+'. A list of search results follows, each with a profile picture and a name: 'Andina N D', 'Bq zuyyina hilya', 'Aufar Rizqi', 'Elva Maulidiah', 'diajengep', 'Aurora Exacty', and 'Aditva Parama Hadi'. Each name is followed by the text '1 message found.'. At the bottom of the screen is a navigation bar with icons for profile, messages (with a red notification bubble containing '660'), a clock, a document, and a settings icon (with a red notification bubble containing '8').</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp search interface with the search term 'Taku'. The results list seven contacts, each with a profile picture and the text '1 message found.':</p> <ul style="list-style-type: none">Bram RahadianAloysius Tatus KAtulDevita Prima VDhevina Dewantarifahrudin aliAdhitya PZ <p>The interface also shows navigation tabs for 'All', 'Friends', 'Chats', and 'Official Accounts', and a bottom navigation bar with icons for profile, messages (660), timer, notes, and a notification badge (8).</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp search interface on an Android phone. At the top, the status bar shows 'XL Axiata', signal strength, Wi-Fi, time '15.05', and battery '52%'. Below the status bar is a search bar with the text 'Taku' and a 'Cancel' button. Underneath are tabs for 'All', 'Friends', 'Chats', and 'Official Accounts'. The 'All' tab is selected. Below the tabs, it says 'Messages 500+'. A list of search results follows, each with a profile picture, a name, and the text '1 message found.':</p> <ul style="list-style-type: none"> Althof Shiddekh Diago Sambuaga Cincinia Rezi Adinda Ara Ardan Aditya Gunawan efrha <p>At the bottom of the screen is the WhatsApp navigation bar with icons for profile, messages (660), voice calls, a clock, documents, and a notification icon (8).</p>

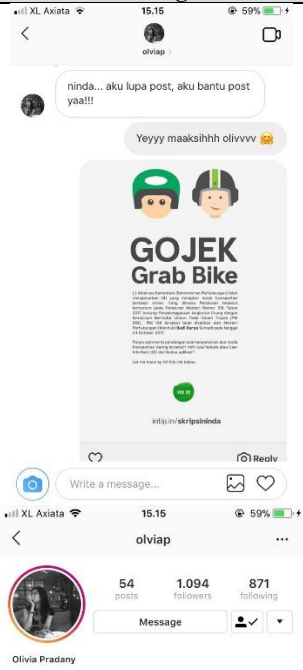
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
<p>26 – 28 Februari 2018</p>	<p>Chat berbagai grup Line privat yang anggotanya aktif</p>	<p>Grup TA SE 118 Semangat @35 orang : Sangat efektif Grup ADIMERS @13 orang : Sangat efektif</p>	


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat interface with the following content:</p> <ul style="list-style-type: none"> Header: 663, ADIMERS (13), 14.59, 47% battery. Message 1 (Green bubble): "Isi sama sebarin kuesioner Taku ke temen keluarga dan rekan kerja eheheheh" Message 2 (Green bubble): "[BANTU ISIIN YUKI]..." Image: A promotional poster for "GOJEK Grab Bike" with a QR code and text in Indonesian. Message 3 (Green bubble): "Ninda Okta F" (with a right-pointing arrow) Message 4 (Green bubble): "Yg lain juga boleh banget bantu nyebarin hehe kurang banyak nih 😊" Message 5 (White bubble): "yuhuuu" Message 6 (Green bubble): "Di ig di grup2 line eheheheh suwuun mas adiiim terbaik" Message 7 (White bubble): "Udh ya, mbak hits" Message 8 (Green bubble): "Suwuun pol mas adaa"


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
<p>1 – 25 Maret 2018</p>	<p>Meminta bantuan kenalan untuk menyebarkan lewat Instagram</p>	<p>Story nindyragd @2668followers : Efektif</p> <p>Story zeinarfian @1075followers : Efektif</p> <p>Story nikkenkusuma @2364followers : Efektif</p> <p>Story olviap @1094followers : Efektif</p> <p>Story cindyalicias @1126followers : Efektif</p> <p>Story erma_maulina</p>	 <p>The image shows two screenshots from an Instagram account named 'nindyragd'. The top screenshot is a story featuring a green and white graphic with the text 'VS GRABBIKE VS GO-JEK' and 'BANTU ISIIN YUK!'. Below the graphic, there is a survey link: 'http://skripsininda'. The bottom screenshot shows the user's profile page, which includes a bio, a profile picture, and statistics: 124 posts, 2,668 followers, and 555 following. There is also a 'Message' button and a dropdown menu.</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
		<p>@1206followers : Efektif</p>	 <p>The screenshot shows an Instagram post from the user 'zeinarfian'. The post is an advertisement for 'GOJEK Grab Bike' with a URL 'http://skr/psidinda'. Below the post, there are three comments: 'Ini masss ehehehe', 'Shaapppp hehee', and 'Makasii pol mas zein'. The user's profile information at the bottom shows 45 posts, 1,075 followers, and 592 following.</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, the contact name is 'nikkenkusuma' with a profile picture. The chat history includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> A message: "mom ikut buber ?" (March 2018 13:25) A system message: "Mentioned you in their story" A reply: "Replied to your story" A message: "Iku temenmu mom? Wkwkww" (March 2018 16:02) A reply: "Replied to your story" A message: "Dftar admin langsung ketrimo wi" A reply: "Wkwkwkwk un 🤔🤔🤔 dikiro jomblo nanti aku wkwk" A reply: "Thanksss a lot cantiiikk 🍷🍷🍷" <p>At the bottom, there is a "Write a message..." input field. Below the chat, the contact's profile is shown with statistics: 288 posts, 2,364 followers, and 512 following. A "Message" button is visible.</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a social media interaction. At the top, a direct message (DM) conversation is visible. A message from a user with a black profile picture says: "ninda... aku lupa post, aku bantu post yaa!!!". A reply from the user "olviap" says: "Yeyyy maasihhh olivvvv 🥰". Below the DM is a promotional graphic for "GOJEK Grab Bike". The graphic features two cartoon characters wearing green and black helmets. The text on the graphic reads "GOJEK Grab Bike" and includes a URL "http://tiktokpradany.com". Below the graphic is a "Write a message..." input field. At the bottom, the Instagram profile of "Olivia Pradany" is shown, with 54 posts, 1,094 followers, and 871 following. There are buttons for "Message", a checkmark, and a dropdown menu.</p>

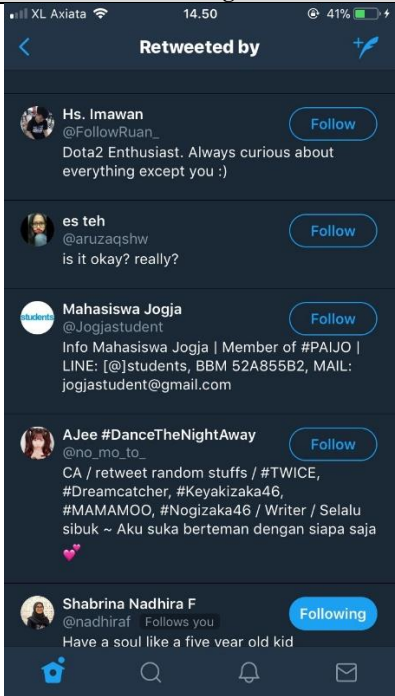
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows two parts of an Instagram interface. The top part is a post from 'cindyalicias' with the caption 'Cindd bantu share in poster TAKU di insta story boleh? Wkwk'. The post features a graphic for 'GOJEK Grab Bike' with two cartoon characters and a QR code. The bottom part shows the user's profile page for 'cindyalicias', which has 151 posts, 1,126 followers, and 803 following. The user's name is Cindy Alicia Sahara.</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows an Instagram story from the user 'erma_maulina'. The story content includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> A text message: "Wkwkwkwkwkw gilak" A timestamp: "3 February 2018 18:02" A notification: "You replied to their story" A text message: "Makasih loh er aku tau aku tjakep 🙏" A timestamp: "3 February 2018 19:06" A text message: "Iya nin sama sama 🙏" A timestamp: "5 March 2018 11:35" A notification: "You replied to their story" A text message: "Muaakaasihhh ermaaa ❤️❤️❤️" A timestamp: "28 April 2018 16:00" <p>Below the story is the user's profile page for 'erma_maulina', showing:</p> <ul style="list-style-type: none"> 87 posts 1,206 followers 615 following A "Message" button A profile picture of a person with long dark hair.


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
5 Maret 2018	Kembali membuat post pada <i>profile</i> Line untuk disebar di <i>timeline</i>	38 likes, 51 shares dan 17 comments : Efektif	 <p>Seluruh data akan dijaga kerahasiaannya dan akan digunakan untuk penelitian semata.</p> <p>Akan ada bonus pulsa sebesar 25k untuk orang yang beruntung ;)</p> <p>Bantuan untuk membagikan kuisioner ini untuk orang disekitar anda sangat diapresiasi. Jika ada sesuatu yang membingungkan dapat langsung menghubungi saya :)</p> <p>Terima kasih! Ninda Okta F nindaof@gmail.com 081945590699 Line : nindaof 05/03 13.46</p> <p>38 likes 17 comments 51 shares</p> <p>efgha Tak bantu share yaa mba 05/03 14.14 · Like</p>


Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
29 Maret 2018	Kembali membuat post pada <i>profile</i> Line untuk disebarkan di <i>timeline</i>	61 likes, 129 shares dan 8 comments : Efektif	 <p>http://intip.in/skripsininda</p> <p>Disarankan untuk dibuka di desktop 😊 Segala data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan penelitian semata. Akan ada pulsa sebesar 25 ribu bagi anda yang beruntung. Bantuan untuk membagikan postingan ini sangat diapresiasi. Terima kasih dan semoga urusan kita semua dilancarkan, aamiin! Ps : jika ada sesuatu yang membingungkan bisa contact saya 😊</p> <p>Hormat saya, Ninda Okta Fajariyanti nindaof@gmail.com 081945590699 📅 29/03 16.45</p> <p>61 likes 8 comments 129 shares</p>

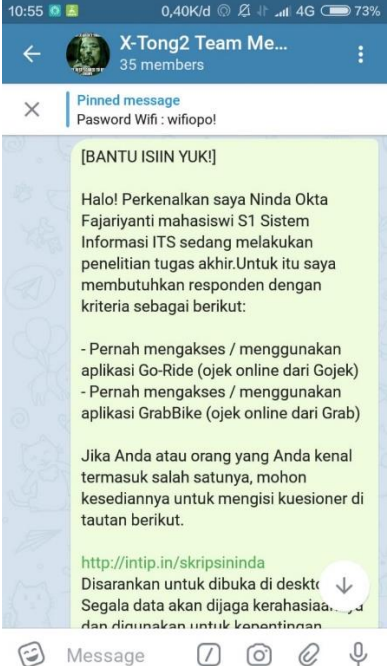
Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
<p>31 Maret 2018 – 6 April 2018</p>	<p>Membuat thread di twitter dan meminta bantuan forum mahasiswa untuk retweet dan love</p>	<p>30 retweet dan 18 love : Sangat efektif</p> <p>Retweet Mahasiswa Jogja @151,2K : Sangat efektif</p>	

Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows a mobile interface for a Twitter post's 'Retweeted by' section. At the top, it displays the time 14.50 and battery level at 41%. The title 'Retweeted by' is centered. Below are five user profiles, each with a circular profile picture, name, handle, and a 'Follow' or 'Following' button. The first user is Hs. Imawan (@FollowRuan_) with a bio 'Dota2 Enthusiast. Always curious about everything except you :)'. The second is es teh (@aruzaqshw) with the bio 'is it okay? really?'. The third is Mahasiswa Jogja (@Jogjastudent) with a bio 'Info Mahasiswa Jogja Member of #PAIJO LINE: [@]students, BBM 52A855B2, MAIL: jogjastudent@gmail.com'. The fourth is AJee #DanceTheNightAway (@no_mo_to_) with a bio 'CA / retweet random stuffs / #TWICE, #Dreamcatcher, #Keyakizaka46, #MAMAMOO, #Nogizaka46 / Writer / Selalu sibuk ~ Aku suka berteman dengan siapa saja'. The fifth is Shabrina Nadhira F (@nadhiraF) with a bio 'Have a soul like a five year old kid' and a 'Following' button.</p>

Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>The screenshot shows the Twitter profile of 'Mahasiswa Jogja' (@Jogastudent). The profile bio states: 'Info Mahasiswa Jogja Member of #PAIJO LINE: [@]students, BBM 52A855B2, MAIL: jogastudent@gmail.com'. It also shows the location 'Daerah Istimewa Yogyakarta' and 'students.id'. The profile has 1,395 following and 151,2K followers. A pinned tweet is visible, which is a tweet from 'Mahasiswa Jogja' (@Jogastudent) dated 06/03/17. The tweet content is: 'Format membagikan Info Event ke @JogjaStudent: mention (bukan DM/Quote/Email)'. Below the tweet, there is a 'Format:' section with the text: 'Tanggal Jam Nama Acara - Tempat HTM Kontak #Jogja Ket/Pic'. At the bottom of the tweet, there is a blue banner with the text: 'Mahasiswa Yogyakarta @Jogastudent - 12/3/2017 10.00 Workshop Pantomim - Ruang Seminar Taman Budaya FREE'.</p>

Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
19 Mei 2018 – 20 Mei 2018	Meminta bantuan driver ojek <i>online</i> untuk menyebarkan kuesioner kepada pengguna ojek <i>online</i> dan grup driver ojek <i>online</i> . Driver mayoritas bekerja untuk kedua vendor ojek <i>online</i> , yaitu Go-Ride dan GrabBike.	Grup driver ojek <i>online</i> @35 : Sangat Efektif	 <p>The screenshot shows a WhatsApp group chat with the title "Gojek Windi". The chat history includes the following messages:</p> <ul style="list-style-type: none"> Green bubble: "Mas saman sek nggojek?" (16.07) Grey bubble: "ijek" (16.07) Green bubble: "Bantu Taku mas wkwk" (16.08) Grey bubble: "You Mas saman sek nggojek?" (16.08) Grey bubble: "lapo?" (16.08) Green bubble: "Taku bandingne user experience gojek karo grabbike" (16.08) Grey bubble: "ngewangi piye?" (16.08) Green bubble: "Isien" (16.08) Green bubble: "Ambe sebarno nek konco2mu" (16.08) Green bubble: "Driver2" (16.08) Green bubble: "Sing tau gawe jasa goride ambe grabbike" (16.09) Green bubble: "Alias tau njajal 2 2ne" (16.09)

Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			

Periode Waktu	Jenis Kampanye	Efektifitas	Keterangan
			 <p>10:55 0,40K/d 4G 73%</p> <p>X-Tong2 Team Me... 35 members</p> <p>Pinned message Pasword Wifi : wifiopo!</p> <p>[BANTU ISIIN YUK!]</p> <p>Halo! Perkenalkan saya Ninda Okta Fajariyanti mahasiswi S1 Sistem Informasi ITS sedang melakukan penelitian tugas akhir. Untuk itu saya membutuhkan responden dengan kriteria sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pernah mengakses / menggunakan aplikasi Go-Ride (ojek online dari Gojek) - Pernah mengakses / menggunakan aplikasi GrabBike (ojek online dari Grab) <p>Jika Anda atau orang yang Anda kenal termasuk salah satunya, mohon kesediannya untuk mengisi kuesioner di tautan berikut.</p> <p>http://intip.in/skripsininda</p> <p>Disarankan untuk dibuka di desktop Segala data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan</p> <p>Message</p>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN E: SKRIP WAWANCARA SETELAH MENDAPATKAN HASIL ANALISIS

Identitas Narasumber 1

Nama : Ratih Kinanti
 Usia : 18 – 24 tahun
 Kota Tempat Tinggal : Jakarta
 Pendidikan Terakhir : D4/S1
 Profesi : Pegawai Swasta
 Rata-rata Pendapatan : lebih dari Rp 5.000.000,-
 Frekuensi menggunakan Go-Ride : Setiap hari
 Frekuensi menggunakan GrabBike : 2-7 kali seminggu

Tabel E-1 Skrip Wawancara Narasumber 1

Pertanyaan	Jawaban
Pengguna mayoritas ojek <i>online</i> yaitu yang berumur 18 - 24 tahun merasa bahwa Go-Ride lebih atraktif dibandingkan GrabBike. Mengapa?	Pengguna berumur 18 - 24 tahun lebih suka yang <i>eye catching</i> , karena UI go-ride lebih keliatan kalau punya banyak layanan.
Pengguna ojek <i>online</i> yang mempunyai rentang umur lebih dari 46 tahun memberikan nilai <i>user experience</i> yang paling unggul daripada pengguna ojek <i>online</i> yang berumur kurang dari 46 tahun. Mengapa?	Orang yang lebih tua baru merasakan cipratan teknologi, <i>impactfull</i> ojol ke mereka sangat besar. Sedangkan kalau umur yang lebih muda merasakan lebih banyak teknologi sehingga <i>impactnya</i> lebih biasa aja.
Pengguna ojek <i>online</i> yang bertempat tinggal di Sumatra Utara memberikan nilai <i>user experience</i> pada ojek <i>online</i> yang paling unggul dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia. Mengapa?	Mungkin karna transportasi disana dikit. Tidak tau saya kan bukan orang Sumut.
Untuk pulau jawa, pengguna ojek <i>online</i> yang tinggal di provinsi Jakarta memberikan nilai <i>user experience</i> pada ojek <i>online</i> yang paling unggul dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain. Mengapa?	Jakarta kan paling banyak menggunakan transportasi umum untuk kesehariannya, kalau di daerah lain ngga tiap hari menggunakan ojol, di Jakarta bisa tiap hari pakai ojol.

Pengguna ojek <i>online</i> yang berlatar belakang pendidikan terakhir SD dan SMP cenderung menjawab netral untuk menilai <i>user experience</i> ojek <i>online</i> . Mengapa?	Karena mungkin pengetahuan mereka sedikit (padahal sudah dijelaskan). Mungkin bisa diasumsi kalau mereka tidak mengerti.
Pengguna ojek <i>online</i> dengan latar belakang pendidikan terakhir D1/D2/D3 paling unggul dalam merasakan <i>user experience</i> ojek <i>online</i> .	Mungkin mereka lebih mengerti dan memahami pertanyaan, dan kritis daripada lainnya.
Wiraswasta dan PNS merasa ojek <i>online</i> kurang aman. Mengapa?	Karena belongings mereka, apa yang mereka bawa lebih berharga. PNS terbiasa naik mobil juga.
Pengguna ojek <i>online</i> yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga memberikan nilai <i>user experience</i> pada ojek <i>online</i> yang paling unggul. Mengapa?	Karena banyak aktifitas dekat, sehingga kalau ada ojol gausah jalan naik angkot jadi better daripada angkot
Pengguna ojek <i>online</i> yang memiliki pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.000.000,- memberikan nilai <i>user experience</i> pada ojek <i>online</i> yang paling unggul. Mengapa?	Ojol murah, <i>mostly</i> orang berpendapatan segitu ngga berkendara, bagi mereka ojol sesuatu yang bagus dan <i>impact</i> yang besar yang <i>worth</i> untuk digunakan.
Semakin besar rata-rata pendapatan pengguna ojek <i>online</i> , semakin mengecil pemberian nilai <i>user experience</i> ojek <i>online</i> nya. Mengapa?	Pemikirannya beda, lebih kritis, ekspektasinya lebih tinggi juga.

Identitas Narasumber 2

Nama : Alif Bagas Septianto
 Usia : 18 – 24 tahun
 Kota Tempat Tinggal : Tangerang
 Pendidikan Terakhir : SMA
 Profesi : Mahasiswa
 Rata-rata Pendapatan : kurang dari Rp 1.000.000,-
 Frekuensi menggunakan Go-Ride : 2-7 kali seminggu
 Frekuensi menggunakan GrabBike : 2-7 kali seminggu

Tabel E-2 Skrip Wawancara Narasumber 2

Pertanyaan	Jawaban
Pengguna ojek <i>online</i> wanita menganggap Go-Ride lebih mempunyai daya tarik atraktif dibandingkan GrabBike. Mengapa?	Soalnya driver go-ride lebih sopan daripada grabbike. Trus kan ada berita supir grab bunuh penumpangnya kemarin.
Pengguna ojek <i>online</i> wanita menganggap GrabBike lebih memotivasi dibandingkan Go-Ride. Namun, pengguna ojek <i>online</i> wanita juga menganggap bahwa Go-Ride lebih mengasyikkan dan lebih menarik untuk digunakan dibandingkan GrabBike. Mengapa?	Grab lebih banyak promo kan, jadi lebih memotivasi. Kalau go-ride UI nya kan lebih user friendly, lebih easy to use.
Pengguna ojek <i>online</i> pria merasa bahwa Go-Ride lebih berdaya cipta dibandingkan GrabBike. Mengapa?	Soalnya go-ride lebih sering update jadi lebih berdaya cipta. Kalau grabBike kan itu-itu aja.
Pengguna ojek <i>online</i> pria dan wanita sama-sama merasa bahwa Go-Ride lebih kreatif, lebih terdepan, dan lebih inovatif dibandingkan GrabBike. Mengapa?	Go-Ride lebih kreatif soalnya kalo abis make go-ride kan dapet poin jadi bisa swipe poin gitu. Go-Ride terdepan karena yang pertama kali ada di Indonesia. Inovatif karena go-ride makin kesini makin bagus UInya, makin meningkat UInya.
Pengguna ojek <i>online</i> pria memberikan nilai paling unggul pada <i>user experience</i> ojek <i>online</i> dibanding pengguna dengan wanita. Sehingga pengguna pria merasakan <i>user experience</i> yang lebih baik daripada pengguna ojek <i>online</i> wanita. Mengapa?	Karena pria berfikir lebih sederhana dan simple, sehingga tidak memerlukan banyak aspek untuk membuat pria terpuaskan.

Pegguna ojek <i>online</i> berumur lebih dari 46 tahun merasa bahwa GrabBike lambat dibandingkan Go-Ride. Mengapa?	Grab kan berat soalnya. Butuh konektifitas yang bagus, waktu start aplikasinya juga lama dibanding go-ride.
Pegguna ojek <i>online</i> berumur lebih dari 46 tahun mengatakan bahwa GrabBike lebih memotivasi untuk digunakan dibandingkan Go-Ride. Mengapa?	Tampilan grab lebih sederhana, sehingga lebih memotivasi digunakan oleh orangtua yang notabenenya lebih menyukai kesederhanaan.

Identitas Narasumber 3

Nama : Eldorado
 Usia : 18 – 24 tahun
 Kota Tempat Tinggal : Medan
 Pendidikan Terakhir : D4/S1
 Profesi : Pegawai Swasta
 Rata-rata Pendapatan : Rp, 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,-
 Frekuensi menggunakan Go-Ride : 2 – 7 kali seminggu
 Frekuensi menggunakan GrabBike : 2 – 7 kali seminggu

Tabel E-3 Skrip Wawancara Narasumber 3

Pertanyaan	Jawaban
<p>Pengguna ojek <i>online</i> yang bertempat tinggal di Sumatra Utara memberikan nilai <i>user experience</i> pada ojek <i>online</i> yang paling unggul dibanding pengguna yang bertempat tinggal di provinsi lain di Indonesia. Mengapa?</p>	<p>Klo saya secara pribadi sgt terbantu dgn adanya ojol yg ada di Medan. Kota medan sendiri cukup padat dan cukup liar lalu lintasnya, sehingga saya ngerasa pake ojol saya jadi lebih santai. Mereka sbg driver ojol yg udh kenal lokasi bisa membantu saya dalam berkendara dalam waktu yg cukup singkat, dan merekapun drivernya ramah dan baik (sgt jauh dari perkiraan org2 tentang orang medan). Saya bandingin sama supir angkot dan becak motor aja ya yg sering saya liat. Mereka ugal2an, ga taat rambu. Kalo berenti langsung dipepet dari kanan banting stir ke kiri, daaan kalo berenti kadang suka2 mereka aja (kiri rada ke tengah). Dan ga jarang kok mereka pake emosi mereka di jalanan. Jadi menurut saya sih keramahan mereka dibanding sama ojol cukup signifikan perbedaannya. Selain itu juga ojol harganya lebih murah ketimbang kendaraan umum yg ada menurut saya. Dan yg paling berkesan menurut saya, saya bisa dapat banyak pelajaran hidup dari driver yg berbeda2 karena</p>

	pengalaman hidup yg mereka share ke saya.
--	---

Identitas Narasumber 4

Nama : Ika
 Usia : 25 – 31 tahun
 Kota Tempat Tinggal : Bekasi
 Pendidikan Terakhir : D4/S1
 Profesi : Ibu Rumah Tangga
 Rata-rata Pendapatan : Rp, 2.500.001,- sampai Rp 5.000.000,-
 Frekuensi menggunakan Go-Ride : Seminggu sekali
 Frekuensi menggunakan GrabBike : Seminggu sekali

Tabel E-4 Skrip Wawancara Narasumber 4

Pertanyaan	Jawaban
<p>Pengguna ojek <i>online</i> yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga memberikan nilai <i>user experience</i> pada ojek <i>online</i> yang paling unggul. Mengapa demikian?</p>	<p>Dengan adanya ojek <i>online</i> bagi irt sangat memudahkan, tinggal ambil hp ojek dtg.. Namanya irt itu ga bisa selalu bergantung sama suami buat anter kemanapun apa lagi klo yg punya suami sibuk dan waktu sempit. Terlebih buat irt yg udh punya anak , ada dua kemungkinana dia bawa kendaraan sndiri atau ojek <i>online</i>, nah pilihan rata2 jatuh ke ojek <i>online</i> karena sangat dimudah kan dan di fasilitasi promo dri setiap vendor aplikasi</p>