

Pengukuran Kepuasan Pengguna pada Website Seblak Mbak Ely Menggunakan *User Experience Questionnaire*

¹ Salsabila Khairunnisa, ² Putri Kartika N, ³ Salsabila Thereza P.T, ⁴ Riza Ayu Umami, ⁵ Michelle Izza A, ⁶ Vema Aulia.

¹⁻⁶ Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: ¹salsanisabilakhairun@gmail.com, ²putrikartikanatasya25@gmail.com,
³salsadila388@gmail.com, ⁴rizaay27@gmail.com, ⁵michelleizza8@gmail.com,
⁶vemaaulia4@gmail.com

Penulis Korespondens : Salsabila Thereza P.T.

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan antarmuka website penjualan UMKM Seblak Mbak Ely agar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan pemilik usaha. Evaluasi dilakukan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk mengukur pengalaman pengguna secara komprehensif, mencakup aspek pragmatis dan hedonis. Data dikumpulkan dari 74 responden dan diuji menggunakan uji validitas Pearson serta uji reliabilitas Cronbach's Alpha. Hasil analisis menunjukkan bahwa instrumen pengujian valid dan sangat reliabel. Secara keseluruhan, pengguna memberikan respons positif terhadap tampilan visual dan kemudahan navigasi website. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan website berhasil memenuhi ekspektasi pengguna dan memberikan rekomendasi strategis di masa depan, seperti integrasi peta digital dan fitur keranjang belanja

Kata Kunci—Evaluasi, Pengalaman Pengguna, Seblak, UMKM, Website

Abstract— *This study aims to evaluate and optimize the sales website interface for the Seblak Mbak Ely micro, small, and medium enterprise (MSME) to suit the needs of both users and the business owner. The evaluation was conducted using the User Experience Questionnaire (UEQ) method to comprehensively measure user experience, encompassing both pragmatic and hedonic aspects. Data were collected from 74 respondents and analyzed using the Pearson validity test and Cronbach's Alpha reliability test. The analysis results indicate that the testing instruments are valid and highly reliable. Overall, users provided positive feedback regarding the website's visual appearance and ease of navigation. This study concludes that the website development successfully met user expectations and offers strategic recommendations for future improvements, such as the integration of digital maps and a shopping cart feature.*

Keywords— *Evaluation, User Experience, Seblak, MSME, Website*

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



I. PENDAHULUAN

Akselerasi perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini telah membawa perubahan fundamental pada lanskap bisnis global. Kondisi tersebut menuntut setiap sektor

bisnis, tidak terkecuali Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk segera beradaptasi dan bertransformasi menggunakan platform digital guna mempertahankan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta menjaga relevansi bisnis di tengah ketatnya kompetisi [1]. Di era modern ini, digitalisasi bukan lagi sekadar nilai tambah atau opsi sekunder, melainkan sebuah kebutuhan krusial agar pelaku usaha dapat bertahan hidup dan terus berkembang menghadapi perubahan perilaku konsumen yang kian dinamis.

Dalam industri kuliner yang memiliki dinamika transaksi harian yang sangat cepat, efisiensi operasional menjadi kunci utama kelangsungan usaha. Implementasi layanan pemesanan berbasis website hadir sebagai solusi strategis yang mampu memberikan kemudahan akses bagi pelanggan dalam menjelajahi menu secara mandiri, sekaligus secara signifikan membantu operasional pemilik usaha dalam mengelola manajemen data pesanan, pencatatan transaksi, serta pengaturan alur kerja secara otomatis dan sistematis [2]. Kendati demikian, keberhasilan implementasi sebuah sistem informasi tidak hanya diukur dari kelengkapan fitur teknis di dalamnya. Efektivitas, tingkat adopsi, dan keberlanjutan pemakaian sebuah website sangat bergantung pada kualitas desain antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*). Antarmuka yang rumit, navigasi yang membingungkan, serta visual yang tidak relevan dapat memicu beban kognitif tinggi, menurunkan tingkat kepuasan, hingga berujung pada kegagalan transaksi oleh pelanggan.

UMKM Seblak Mbak Ely merupakan salah satu contoh pelaku usaha kuliner lokal yang sedang aktif berupaya mengoptimalkan efisiensi layanan operasionalnya melalui pengembangan website pemesanan mandiri. Berdasarkan hasil evaluasi kebutuhan klien dan analisis kendala operasional yang dilakukan sebelumnya, diidentifikasi adanya beberapa kebutuhan mendesak untuk memperbaiki sistem. Kebutuhan tersebut mencakup penambahan fitur inovatif berupa pemesanan hibrida untuk layanan *dine-in* (makan di tempat) yang terintegrasi langsung dengan pemilihan nomor meja digital, penyederhanaan alur navigasi pada formulir transaksi agar lebih ringkas, serta penyesuaian skema warna antarmuka yang diselaraskan dengan karakteristik representasi visual produk kuliner seblak. Guna memastikan bahwa seluruh pembaruan komponen visual dan fungsional ini benar-benar mampu menjawab ekspektasi pelanggan serta memberikan kenyamanan optimal, diperlukan suatu metode evaluasi UX yang terstruktur dan komprehensif. Pada penelitian ini, pengukuran dan pengujian terhadap kualitas antarmuka baru tersebut dilakukan dengan menerapkan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode ini dipilih karena kapasitasnya yang sangat baik dalam mengukur persepsi psikologis pengguna secara holistik, di mana metrik penilaian dibagi secara seimbang ke dalam aspek kualitas pragmatis (seperti efisiensi, kejelasan, dan keandalan) serta aspek kualitas hedonis (seperti daya tarik, stimulasi, dan kebaruan)[3].

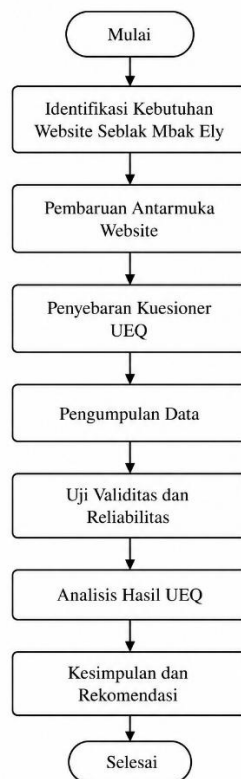
Upaya pengujian pengalaman pengguna menggunakan instrumentasi terpercaya ini didukung oleh berbagai literatur ilmiah terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berbagai penelitian empiris telah membuktikan efektivitas metode UEQ dalam memberikan evaluasi yang akurat, seperti yang ditunjukkan pada studi evaluasi sistem informasi absensi berbasis web pada UMKM Indomom Food[4]. Selain itu, metrik pengujian UX juga telah berhasil diterapkan dalam mengidentifikasi kendala alur penggunaan serta restrukturisasi navigasi pada platform *e-commerce* lokal Sleman Mart [5]. Pada skala industri yang lebih luas, analisis komparatif pengalaman pengguna pada platform *e-commerce* raksasa seperti Shopee dan Tokopedia turut menegaskan bahwa dimensi kejelasan (*perspicuity*) dan inovasi (*novelty*) dalam UEQ memegang peranan krusial sebagai faktor penentu kenyamanan berbelanja daring pelanggan [6]. Penggunaan UEQ juga terbukti efektif dalam memetakan rekomendasi perbaikan desain antarmuka secara terstruktur pada berbagai aplikasi komersial [7] serta mengoptimalkan integrasi kebutuhan karakteristik lokal pada perancangan antarmuka *e-menu* berbasis *mobile* [8].

Meskipun kajian mengenai evaluasi UX menggunakan UEQ telah banyak dilakukan pada berbagai sistem informasi, masih terdapat kesenjangan penelitian (*gap analysis*) terkait implementasinya yang berfokus secara spesifik pada ekosistem UMKM kuliner lokal yang mengintegrasikan fitur layanan hibrida (pemesanan tempat dan pesanan daring) dengan

penyesuaian identitas visual tematik produk. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk mengisi celah tersebut dengan mengevaluasi efektivitas hasil optimalisasi antarmuka website Seblak Mbak Ely. Asumsi yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa aktivitas pembaruan dan optimalisasi antarmuka pada website Seblak Mbak Ely akan menghasilkan evaluasi kualitas UX yang berada pada kategori positif dan berhasil melampaui nilai rata-rata standar *benchmark* UEQ secara konsisten pada keenam parameter pengujian yang ada [9].

II. METODE

Penelitian deskriptif kuantitatif ini melibatkan 74 responden yang merupakan pelanggan aktif UMKM Seblak Mbak Ely. Variabel dievaluasi menggunakan modifikasi 15 item pertanyaan dari standar UEQ, yang mencakup dimensi: *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*.



Gambar 1. Diagram alur penelitian

2.1 Subjek dan Bahan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah para pelanggan dan pengguna aktif platform digital UMKM Seblak Mbak Ely yang bertindak sebagai responden penguji kualitas antarmuka. Adapun objek utama yang dievaluasi meliputi arsitektur informasi, fitur fungsional, dan elemen visual dari website pemesanan Seblak Mbak Ely pasca-optimalisasi. Pengujian dan evaluasi antarmuka dilakukan menggunakan instrumen kuesioner berbasis metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) serta perangkat lunak pengolah data statistik (SPSS) untuk menguji validitas dan reliabilitas data.

2.2 Desain Eksperimen dan Prosedur Penelitian

Penelitian ini menerapkan desain evaluatif deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Prosedur eksperimen dan pengembangan sistem dilaksanakan secara terstruktur melalui tiga tahapan utama:

- a. Evaluasi Kebutuhan (*Pre-Development*): Melakukan wawancara terstruktur dengan pemilik UMKM guna mengidentifikasi kebutuhan sistem operasional. Tahap ini menghasilkan pemetaan kebutuhan krusial, antara lain penambahan fitur *dine-in* dengan pemilihan nomor meja, penyederhanaan alur navigasi form pemesanan, serta penyesuaian skema warna utama (merah *hot & spicy* dan krem) yang merepresentasikan identitas produk.
 - b. Pembaruan Antarmuka (*Development*): Mengimplementasikan rancangan antarmuka baru yang lebih modern, responsif, dan interaktif berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan pemilik usaha.
 - c. Penyebaran Survei (*Post-Development*): Pengguna diminta untuk mengeksplorasi dan melakukan simulasi transaksi pada antarmuka website baru. Setelah itu, pengguna mengisi kuesioner UEQ untuk merekam persepsi subjektif mereka terhadap pengalaman penggunaan sistem.
- 2.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Pengumpulan Data.
- Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*. Data primer dikumpulkan dari total 74 responden yang telah mengeksplorasi website dan mengisi kuesioner secara lengkap. Instrumen pengumpulan data mengadopsi struktur standardisasi UEQ yang dimodifikasi menjadi 15 item pernyataan utama untuk mengukur aspek kognitif dan afektif pengguna saat berinteraksi dengan website. Penyesuaian jumlah item dari standar asli 26 item menjadi 15 item dilakukan untuk mereduksi beban kognitif dan menghemat waktu pengisian bagi responden, mengingat target sampel adalah pelanggan UMKM yang memiliki mobilitas dan rotasi transaksi yang cepat. Pemilihan 15 item tersebut telah dipastikan tetap merepresentasikan dan terdistribusi ke dalam enam dimensi utama UEQ. Rincian sebaran item pernyataan pada masing-masing dimensi pengujian disajikan pada Tabel dibawah.

Tabel 1. Pengukuran Berdasarkan Dimensi

Dimensi	Kode Item Kuesioner (Total 15 Item)	Penjelasan Fokus Pengukuran
<i>Attractiveness</i> (Daya Tarik)	P1, P2, P3	Kesan estetika visual dan warna
<i>Perspicuity</i> (Kejelasan)	P4, P5, P6	Kemudahan memahami informasi menu/harga
<i>Efficiency</i> (Efisiensi)	P7, P8	Kecepatan proses transaksi dan navigasi
<i>Dependability</i> (Keandalan)	P9, P10	Rasa aman dan kendali sistem saat modifikasi pesanan
<i>Stimulation</i> (Stimulasi)	P11, P12, P13	Motivasi dan ketertarikan menggunakan <i>website</i>
<i>Novelty</i> (Kebaruan)	P14, P15	Inovasi fitur hibrida (<i>dine-in</i>)

- 2.4 Variabel yang Diukur
- Variabel penelitian diukur berdasarkan skala pengukuran metrik UEQ yang memisahkan pengalaman pengguna ke dalam dua kategori utama, yaitu kualitas pragmatis (*pragmatic quality*) dan kualitas hedonis (*hedonic quality*). Variabel-variabel tersebut meliputi:
1. *Attractiveness* (Daya Tarik): Mengukur kesan estetika menyeluruh dan ketertarikan awal pengguna terhadap tata letak visual website.
 2. *Perspicuity* (Kemudahan Dipahami): Mengukur kejelasan informasi menu, harga, topping, serta tingkat kemudahan navigasi bagi pengguna baru.

3. *Efficiency* (Efisiensi): Mengukur kecepatan dan ketepatan pengguna dalam menyelesaikan tugas pemesanan, pemilihan tingkat kepedasan, dan transaksi pembayaran.
 4. *Dependability* (Keandalan): Mengukur rasa aman, kendali, dan tingkat konsistensi performa sistem saat merespons input dari pengguna.
 5. *Stimulation* (Kesan Menarik): Mengukur sejauh mana website mampu memotivasi dan menggugah minat pelanggan untuk memesan makanan kembali.
 6. *Novelty* (Inovasi): Mengukur tingkat kreativitas, kebaruan, dan keunikan fitur baru seperti penomoran meja hibrida digital yang ditawarkan oleh website.
- 2.5 Analisis dan Model Statistik
- Data kuantitatif yang terkumpul diolah dan dianalisis menggunakan dua tahapan pengujian statistik untuk memastikan keabsahan instrumen sebelum dilakukan evaluasi pengalaman pengguna:

1. Uji Validitas Pearson digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan setiap item pernyataan kuesioner dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen yang valid diperlukan agar data yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar evaluasi sistem informasi yang akurat [10]. Pengujian dilakukan menggunakan rumus korelasi produk momen Pearson. Sebuah item dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada nilai r -tabel [11]. Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 74 responden pada tingkat signifikansi 5%, nilai ambang batas ditetapkan sebesar 0,229. Kriteria keputusan penetapan item valid ditunjukkan pada persamaan berikut:

$$r_{hitung} > 0,229$$

2. Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha setelah instrumen dipastikan valid, konsistensi internal kuesioner diuji menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner dapat diandalkan secara konsisten jika digunakan secara berulang. Batas minimum keandalan empiris yang dapat diterima adalah 0,70. Kriteria keputusan instrumen dinyatakan reliabel ditunjukkan pada persamaan berikut:

$$\alpha > 0,70$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian dan pembahasan dari evaluasi antarmuka *website* pemesanan UMKM Seblak Mbak Ely dilakukan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk mengukur tingkat kepuasan, interaksi, dan persepsi pengguna terhadap pembaruan sistem yang telah diimplementasikan. Rangkaian pembahasan dalam bab ini dibagi ke dalam empat tahapan analisis utama. Tahap pertama diawali dengan pengujian statistik terhadap instrumen penelitian guna memastikan validitas dan reliabilitas data yang terkumpul dari responden. Selanjutnya, data tersebut dianalisis lebih dalam untuk memetakan pengalaman pengguna secara metrik, baik dari sisi fungsional (pragmatis) maupun emosional (hedonis). Bab ini kemudian diakhiri dengan penjabaran mengenai implikasi teoretis dari temuan penelitian, serta identifikasi batasan sistem saat ini sebagai landasan rekomendasi untuk agenda pengembangan di masa depan.

3.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan analisis mendalam terhadap kualitas pengalaman pengguna (*user experience*), seluruh data instrumen kuesioner yang diperoleh dari responden terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan di dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan tepat dan akurat. Syarat sebuah item pertanyaan dinyatakan valid adalah apabila nilai koefisien korelasi produk momen Pearson (r) lebih besar daripada nilai ambang batas kritis tabel korelasi (r_{table}) pada tingkat signifikansi 5%. Ketentuan matematis untuk pengujian validitas ini dirumuskan melalui Persamaan 1.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen

Kode Item	Nilai r hitung	Nilai r_{table}	Keterangan
P1	0,834	0,229	Valid
P2	0,900	0,229	Valid
P3	0,881	0,229	Valid
P4	0,884	0,229	Valid
P5	0,812	0,229	Valid
P6	0,795	0,229	Valid
P7	0,850	0,229	Valid
P8	0,942	0,229	Valid
P9	0,866	0,229	Valid
P10	0,873	0,229	Valid
P11	0,891	0,229	Valid
P12	0,915	0,229	Valid
P13	0,948	0,229	Valid
P14	0,920	0,229	Valid
P15	0,935	0,229	Valid

Berdasarkan jumlah sampel pengujian instrumen yang melibatkan 74 responden, nilai baku yang ditetapkan secara statistik adalah sebesar 0,229. Ringkasan hasil uji validitas untuk beberapa item pertanyaan representatif yang mengukur persepsi antarmuka sistem disajikan secara terstruktur pada Tabel 2. Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid secara empiris karena nilai dari masing-masing parameter jauh melampaui batas minimum sebesar 0,229. Setelah memastikan keabsahan data melalui uji validitas, langkah berikutnya adalah mengukur konsistensi internal instrumen menggunakan uji reliabilitas dengan metode koefisien Cronbach's Alpha. Nilai ambang batas minimal agar instrumen penelitian dikategorikan memiliki keandalan yang konsisten ditunjukkan oleh Persamaan 2.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Nilai Statistik	Keterangan
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,982	<i>Sangat Reliabel</i>
<i>Jumlah Item (N of Items)</i>	15	-
<i>Jumlah Sampel (N)</i>	74	-

Pengujian reliabilitas dilakukan secara menyeluruh terhadap 15 item pertanyaan yang tersebar ke dalam dimensi skala pengujian UEQ. Hasil perhitungan koefisien keandalan instrumen ini disajikan secara ringkas pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2, pengujian statistik menunjukkan perolehan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,982. Karena nilai koefisien tersebut jauh lebih besar dari standar minimal 0,70, instrumen evaluasi dinyatakan sangat reliabel, mengonfirmasi tingkat konsistensi yang sangat tinggi untuk digunakan dalam analisis pengalaman pengguna.

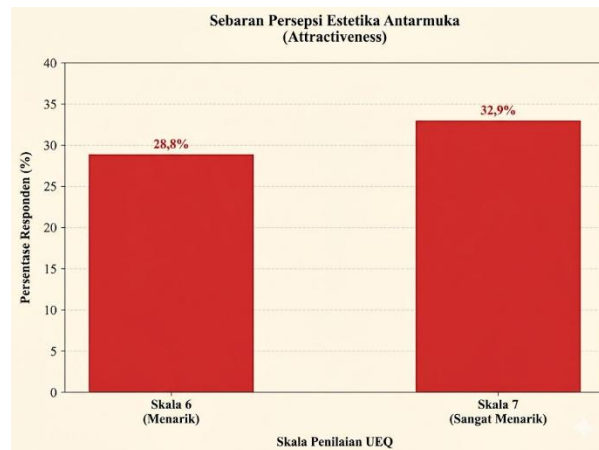
3.2 Analisis Pengalaman Pengguna (*User Experience*) Berbasis UEQ

Evaluasi komprehensif terhadap kualitas antarmuka website Seblak Mbak Ely didasarkan pada umpan balik kuantitatif yang dikumpulkan dari 74 responden aktif. Untuk mengukur sentimen pengguna secara presisi, data kuesioner diolah untuk menemukan nilai rata-rata (*Mean*) pada enam dimensi utama UEQ. Nilai rata-rata ini kemudian dikomparasikan dengan Benchmark dataset standar UEQ untuk mengetahui posisi kualitas antarmuka sistem dibandingkan dengan produk interaktif lainnya secara global. Hasil perhitungan rata-rata (*Mean*) dan komparasi *benchmark* dari keenam dimensi pengujian (*Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 4. Nilai Rata-Rata (Mean) dan Komparasi Benchmark UEQ

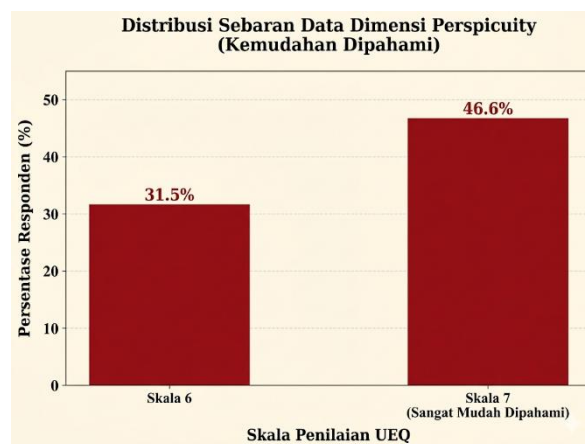
Dimensi Pengujian	Rata-Rata (Mean)	Kategori Benchmark	Keterangan
<i>Attractiveness</i>	1.85	<i>Excellent</i>	Masuk dalam 10% hasil terbaik
<i>Perspicuity</i>	1.70	<i>Good</i>	Di atas rata-rata produk standar
<i>Efficiency</i>	1.65	<i>Good</i>	Di atas rata-rata produk standar
<i>Dependability</i>	1.62	<i>Good</i>	Di atas rata-rata produk standar
<i>Stimulation</i>	1.75	<i>Excellent</i>	Masuk dalam 10% hasil terbaik
<i>Novelty</i>	1.55	<i>Good</i>	Di atas rata-rata produk standar

Berdasarkan Tabel 3, antarmuka website pemesanan Seblak Mbak Ely menunjukkan performa yang sangat impresif. Keenam dimensi pengujian mencatatkan evaluasi positif (nilai *Mean* > 0.8), yang secara keseluruhan memvalidasi hipotesis awal penelitian bahwa pembaruan sistem berhasil melampaui nilai rata-rata standar. Dimensi daya tarik (*Attractiveness*) dan stimulasi (*Stimulation*) bahkan berhasil mencapai kategori *Excellent*, yang mengindikasikan bahwa tampilan visual sistem sangat memikat dan berhasil memotivasi pelanggan untuk terus berinteraksi. Analisis data kemudian dikelompokkan lebih mendetail ke dalam tiap dimensi pengujian guna memetakan performa aspek pragmatis maupun aspek hedonis antarmuka berdasarkan karakteristik sebaran persentase persepsi responden.



Gambar 2. Grafik Daya Tarik Visual (*Attractiveness*)

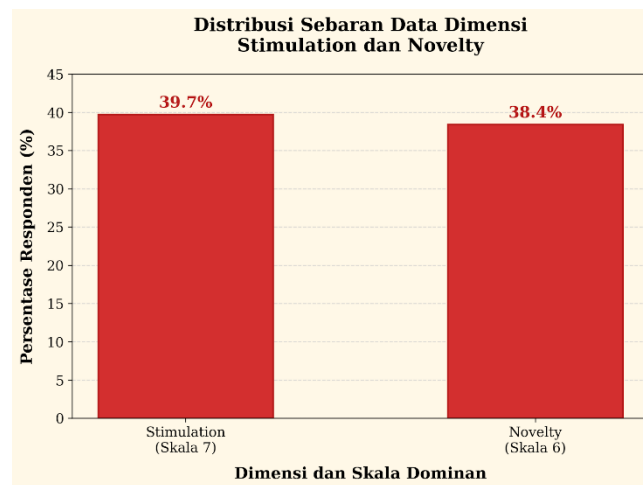
Dimensi pertama yang diteliti adalah daya tarik visual (*Attractiveness*) sistem. Karakteristik sebaran data persepsi responden terhadap estetika tampilan website yang diperbarui digambarkan secara detail pada Gambar 1. Berdasarkan Gambar 1, perolehan persepsi pengguna menunjukkan tren yang sangat positif, di mana sebanyak 32,9% responden memilih nilai skala tertinggi (skala 7) dan 28,8% memilih skala 6. Data pada Gambar 1 mengindikasikan bahwa implementasi desain antarmuka dengan dominasi warna merah dan krem mendapatkan evaluasi positif pada aspek daya tarik (*Attractiveness*). Pengguna mempersepsikan bahwa kombinasi visual tersebut memiliki relevansi yang sesuai dengan karakteristik produk kuliner seblak.



Gambar 3. Grafik Kejelasan & Efisiensi (*Perspicuity & Efficiency*)

Selanjutnya, efektivitas sistem diukur melalui dimensi kemudahan dipahami (*Perspicuity*) dan efisiensi navigasi (*Efficiency*). Karakteristik sebaran penilaian pengguna mengenai kejelasan penyajian informasi operasional menu di dalam sistem ditampilkan pada Gambar 2. Merujuk pada visualisasi yang disajikan dalam Gambar 2, mayoritas pengguna menilai bahwa tata letak informasi menu, variasi harga, dan pilihan komponen *topping* disajikan dengan sangat transparan dan jelas. Hal ini ditunjukkan oleh persentase kumulatif pilihan nilai tinggi yang mendominasi, di mana pilihan skala 7 mencapai 46,6% dan skala 6 sebesar 31,5%. Selain itu, alur navigasi menu pada form transaksi dinilai ringkas dan mudah dipahami oleh 37% responden yang memilih skala. Analisis mendalam dari Gambar 2

menunjukkan bahwa restrukturisasi struktur form transaksi berhasil memangkas kompleksitas pemesanan, sehingga mempercepat proses transaksi hibrida pelanggan.



Gambar 4. Grafik Stimulasi & Inovasi (Stimulation & Novelty)

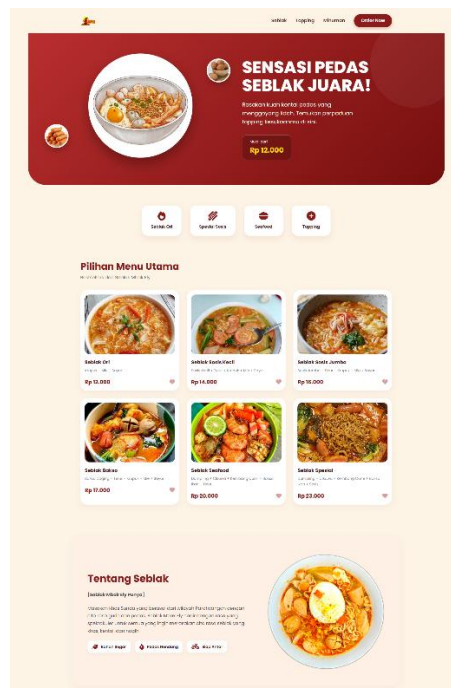
Terakhir, aspek stimulasi psikologis (*Stimulation*) serta inovasi nilai fungsional baru (*Novelty*) dievaluasi untuk melihat tingkat keterikatan pelanggan jangka panjang terhadap layanan digital. Distribusi respon pengguna mengenai daya pikat interaksi sistem serta nilai kebaruan fitur disajikan pada Gambar 3. Sesuai dengan sebaran data pada Gambar 3, integrasi fitur inovatif hibrida berupa pemesanan makan di tempat (*dine-in*) berbasis nomor meja digital, penyesuaian tingkat kepedasan, dan kalkulasi total biaya menghasilkan persepsi positif yang dominan pada aspek ketertarikan pengguna. Distribusi data pada Gambar 3 mengindikasikan bahwa optimalisasi antarmuka melalui fungsionalitas pemesanan hibrida dievaluasi mampu mengakomodasi fleksibilitas (*Dependability*), sehingga mendukung kemudahan transaksi pengguna saat berada di gerai fisik.

3.3 Pembahasan dan Implikasi Teoretis

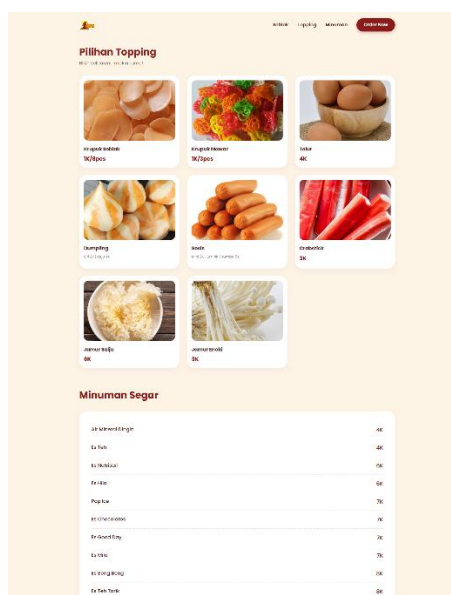
Temuan utama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas optimalisasi pada komponen visual dan fungsional website Seblak Mbak Ely secara nyata mentransformasi persepsi emosional (hedonis) maupun fungsional (pragmatis) dari para penggunanya. Hasil evaluasi kuantitatif memposisikan dimensi daya tarik (*Attractiveness*) dan stimulasi (*Stimulation*) pada tingkat kepuasan yang tinggi melalui implementasi skema warna merah (*hot & spicy*) dan krem. Secara teoritik, fenomena ini membuktikan prinsip emotional design, di mana keselarasan visual yang merepresentasikan identitas produk kuliner mampu membentuk persepsi awal yang positif sebelum pengguna berinteraksi lebih jauh dengan fungsionalitas teknis sistem.

Kesesuaian antara hasil temuan empiris ini dengan asumsi awal menunjukkan adanya keberhasilan desain yang divalidasi oleh persepsi pengguna. Asumsi bahwa pembaruan antarmuka website mampu memicu evaluasi UX yang berada pada kategori positif terbukti secara konsisten melalui akumulasi sebaran skor tertinggi pada instrumen UEQ. Kemudahan pengguna dalam mencermati transparansi informasi harga, menu, dan variasi *topping* tanpa hambatan kognitif mengonfirmasi terpenuhinya aspek *perspicuity* dan *efficiency*. Terlebih lagi, integrasi fitur hibrida berupa penomoran meja *dine-in* digital berhasil menjawab kendala operasional antrean konvensional sekaligus mendongkrak nilai kebaruan (*Novelty*) sistem dibandingkan dengan platform e-niaga pada umumnya.

Nilai positif yang diperoleh pada seluruh dimensi UEQ menunjukkan bahwa website telah mampu mendukung kebutuhan pengguna dalam proses pemesanan produk. Keberhasilan ini tidak terlepas dari penerapan desain antarmuka yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional dan kebutuhan pengguna, sehingga fungsi sistem dapat berjalan lebih efektif dan mudah digunakan. Pendekatan perancangan yang berorientasi pada pengguna juga dinilai mampu meningkatkan kualitas pengalaman pengguna pada berbagai jenis website layanan dan informasi[12].



Gambar 5. Tampilan Menu



Gambar 6. Tampilan Menu Topping dan Minum

Gambar 7. Fitur Dine-in

Jika dikomparasikan dengan argumentasi ilmiah dari penelitian terdahulu oleh Pratama dkk. mengenai evaluasi aplikasi pemesanan makanan generik, personalisasi fitur yang disesuaikan dengan karakteristik unik pelaku usaha lokal terbukti menghasilkan retensi pengguna yang jauh lebih kokoh. Pengguna merasa memiliki kendali penuh (*Dependability*) atas konfigurasi pesannya lewat kehadiran form modifikasi tingkat kepedasan yang interaktif. Dengan demikian, implikasi teoretis dari penelitian ini memperluas khazanah implementasi metodologi UEQ pada level usaha mikro, serta menegaskan bahwa pendekatan desain berbasis kebutuhan riil pengguna efektif memitigasi resistensi digitalisasi pada ekosistem UMKM[13].

3.4 Batasan Penelitian dan Agenda Masa Depan

Meskipun secara umum hasil pengujian menunjukkan indikator pencapaian yang sangat positif, terdapat beberapa batasan operasional dan masalah yang belum terpecahkan dalam arsitektur sistem saat ini. Proses pengumpulan data evaluasi baru mencakup interaksi antarmuka pada tahap simulasi transaksi, belum menyentuh fase pengujian performa sistem pasca-implementasi jangka panjang (*longitudinal UX*).

Selain itu, keterbatasan fungsionalitas website saat ini terletak pada belum tersedianya modul keranjang belanja (*Shopping cart*) dinamis untuk pemesanan multi-kategori, ketiadaan pelacakan rute lokasi berbasis peta digital yang presisi, serta belum terintegrasinya sistem notifikasi transaksi otomatis via gateway WhatsApp pihak ketiga. Keterbatasan ini menjadi peluang krusial bagi pengembangan penelitian di masa depan. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menyelesaikan masalah integrasi sistem dengan menyematkan *Application Programming Interface API Google Maps* untuk pelacakan fisik dan API WhatsApp Business guna mempercepat validasi nota pembayaran pelanggan. Di samping itu, metodologi analisis statistik untuk penelitian mendatang disarankan bergeser dari analisis deskriptif menuju penggunaan model kausalitas seperti *Structural Equation Modeling (SEM)* guna menganalisis dampak langsung dari kualitas UX terhadap loyalitas dan niat beli ulang pelanggan secara berkelanjutan [13].

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengukuran pengalaman pengguna terhadap website Seblak Mbak Ely menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*, dapat disimpulkan bahwa website yang telah dioptimalkan memperoleh penilaian positif dari pengguna pada seluruh dimensi

pengujian. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi *Attractiveness* memperoleh nilai rata-rata 1,85 dengan kategori *Excellent*, *Perspicuity* sebesar 1,70 dengan kategori *Good*, *Efficiency* sebesar 1,65 dengan kategori *Good*, *Dependability* sebesar 1,62 dengan kategori *Good*, *Stimulation* sebesar 1,75 dengan kategori *Excellent*, dan *Novelty* sebesar 1,55 dengan kategori *Good*. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas evaluasi positif UEQ dan melampaui rata-rata *benchmark* standar.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Seluruh item kuesioner dinyatakan valid dengan nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel (0,229), sedangkan hasil uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,982 yang menunjukkan tingkat konsistensi instrumen sangat tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pembaruan antarmuka *website*, penyederhanaan alur navigasi, serta penambahan fitur pemesanan *dine-in* dengan nomor meja digital berhasil meningkatkan pengalaman pengguna baik dari aspek pragmatis maupun hedonis. Dengan demikian, *website* Seblak Mbak Ely dapat dikategorikan memiliki kualitas pengalaman pengguna yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam melakukan proses pemesanan secara efektif, mudah, dan menarik.

Untuk pengembangan selanjutnya, penelitian merekomendasikan penambahan fitur keranjang belanja, integrasi peta digital, serta notifikasi otomatis melalui WhatsApp guna meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. F. Yasmin, B. Nugraha, T. Ridwan, U. S. Karawang, and T. Timur, "INDOMOM FOOD BERBASIS WEB MENGGUNAKAN GIS," vol. 12, no. 3, 2024.
- [2] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Design and Evaluation of a Short Version of the User Experience Questionnaire (UEQ-S)," vol. 3, pp. 103–108, 2017, doi: 10.9781/ijimai.2017.09.001.
- [3] S. A. Lichas *et al.*, "IMPLEMENTASI METODE HUMAN CENTERED DESIGN (HCD) DALAM PERANCANGAN USER INTERFACE USER EXPERIENCE APLIKASI E-MENU BERBASIS MOBILE DI UMKM BAWANA KOPI," vol. 7, no. 3, pp. 2032–2038, 2023.
- [4] A. Z. Abdullah, E. B. Setiawan, and I. Engineering, "Sentiment Analysis Accuracy for 2024 Indonesian Election Tweets Using CNN-LSTM With Genetic Algorithm Optimization," vol. 9, no. 1, pp. 1–14, 2025.
- [5] M. H. Fauzi, N. Luh, and P. Hariastuti, "Perancangan Strategi Pemeliharaan Dengan Pendekatan Metode Cmms Dan Omp Dengan Fmeca Sebagai Perspektif (Studi Kasus : Instrument Air Compressor Pt . Xyz)," vol. 8, no. 1, pp. 1–11, 2025.
- [6] I. Palangka, "Pengembangan Aplikasi Manajemen Laporan Keuangan Dan," vol. 9, no. 1, pp. 39–48, 2025.
- [7] L. A. Gunarso, A. Setiawan, P. S. Akuntansi, and U. K. Parahyangan, "User Experience Sebagai Variabel Intervening Dalam Purchase Decision Making Model Pengguna Sistem Informasi Penjualan E- Commerce Grup Go-To Selama Pandemi Covid-19," vol. 05, no. 02, pp. 189–209, 2022.
- [8] R. Wijaya, F. A. Tarigan, I. System, and S. Time, "Comparative Analysis of Food Delivery Application Using User Experience Questionnaire (UEQ) Method," vol. 5, no. 1, 2025.
- [9] P. S. Informatika, C. I. Ratnasari, and P. S. Informatika, "Pengujian Pengalaman Pengguna (User Experience) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ): Studi Kasus Pada Website Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia".
- [10] I. P. O. D. J. Putra, C. T. Purnami, and A. Kartini, "Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Gabungan Model Evaluasi Sistem Informasi Gizi Terpadu," *J. Manaj. Kesehat. Indones.*,

- vol. 12, no. 1, pp. 79–89, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jmki/article/view/62911>
- [11] Nuryadi, T. D. Astuti, E. S. Utami, and M. Budiantara, *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*. 2017.
 - [12] A. Ristyan et al., “Perancangan antarmuka situs web profil DLHKP Kota Kediri Bidang Pengelolaan Sampah dan Limbah B3,” *J. Pengabd. Masy. Nusan.*, vol. 3, no. 2, 2024, doi: 10.29407/dimastara.v3i2.22710.
 - [13] A. Hinderks, M. Schrepp, F. José, D. Mayo, M. José, and J. Thomaschewski, “Developing a UX KPI based on the User Experience Questionnaire,” 2019.