

Analisis Pengalaman Pengguna Landing Page UMKM Warkop Keneae Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)

¹Aditya Dwikitama, ²M. Ramadhan Putra Bintang, ³Moh. Fernanda Septian D.P.P, ⁴Ridho Banda Gilardino, ⁵*Rico Aditio

Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email : ¹adityadwikitama55@gmail.com, ²bintangkunden09@gmail.com,

³fernandasdp2002@gmail.com, ⁴ridhobanda14@gmail.com, ⁵*ricoaditio12@gmail.com

Penulis Korespondens : Rico Aditio

Abstrak—Penelitian ini mengevaluasi pengalaman pengguna landing page UMKM Warkop Keneae, yaitu media promosi digital usaha warung kopi berbasis web. Permasalahan penelitian berfokus pada kebutuhan pengukuran UX secara objektif agar pengembangan tampilan tidak hanya berdasarkan penilaian subjektif pengembang. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif deskriptif menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) berisi 16 item skala bipolar 1-7. Data dikumpulkan melalui Google Form dari 48 responden dan dianalisis menggunakan Python di Google Colaboratory. Hasil penelitian menunjukkan seluruh item valid dengan r-hitung 0,8081-0,9186 dan reliabel dengan Cronbach's Alpha 0,9783. Rata-rata keseluruhan UEQ sebesar 4,21 menunjukkan kategori netral, dimensi ketepatan memperoleh skor tertinggi 4,32, sedangkan daya tarik terendah 4,08. Hasil ini menunjukkan landing page UMKM Warkop Keneae cukup stabil, tetapi perlu peningkatan pada aspek visual, kejelasan informasi, dan daya tarik pengguna.

Kata Kunci— Google Colab, Landing Page, UEQ, UMKM, Warkop Keneae

Abstract—This study evaluates the user experience of the Warkop Keneae MSME landing page, a web-based digital promotional medium for a coffee shop business. The research problem focuses on the need for objective UX measurement so that interface improvement is not based only on subjective developer judgment. A descriptive quantitative survey was conducted using the User Experience Questionnaire (UEQ) with 16 bipolar items on a 1-7 scale. Data were collected through Google Forms from 48 respondents and analyzed using Python in Google Colaboratory. The results show that all items are valid, with r-values ranging from 0.8081 to 0.9186, and highly reliable, with a Cronbach's Alpha of 0.9783. The overall UEQ mean score is 4.21, indicating a neutral category. Dependability obtains the highest score of 4.32, while attractiveness is the lowest at 4.08. These findings indicate that the Warkop Keneae MSME landing page is stable but still needs improvements in visual appearance, information clarity, and user attractiveness.

Keywords— Google Colab, Landing Page, UEQ, MSME, Warkop Keneae

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



I. PENDAHULUAN

Transformasi digital pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, penyampaian informasi produk, dan komunikasi dengan calon pelanggan. Dalam konteks tersebut, landing page menjadi titik awal interaksi pengguna dengan sebuah usaha, sehingga kualitas pengalaman pengguna pada halaman awal dapat memengaruhi kesan, kepercayaan, dan minat pengguna untuk mencari informasi atau melakukan pemesanan [1].

Warkop Keneae merupakan UMKM kuliner berbasis warung kopi yang memiliki landing page dan dapat diakses melalui <https://warkop-keneae.infinityfree.me/>. Landing page Warkop Keneae berperan sebagai media promosi digital untuk memperkenalkan usaha, menyajikan informasi produk atau menu, serta mengarahkan pengguna agar lebih mudah menghubungi atau melakukan pemesanan. Elemen-elemen tersebut perlu disajikan secara jelas karena pengguna biasanya menilai kredibilitas usaha sejak kunjungan pertama [2].

Permasalahan yang muncul adalah penilaian terhadap tampilan landing page sering hanya didasarkan pada kesan subjektif pengembang atau pemilik usaha, bukan pada pengukuran pengalaman pengguna yang terstruktur. Padahal, kualitas UX pada website berkaitan dengan kemudahan memahami informasi, efisiensi penggunaan, kepercayaan terhadap layanan, daya tarik visual, dan kepuasan pengguna [3]. Oleh karena itu, diperlukan instrumen evaluasi yang mampu mengukur UX secara lebih objektif.

User Experience Questionnaire (UEQ) dapat digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna melalui enam dimensi, yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan [4]. Berdasarkan kebutuhan tersebut, penelitian ini bertujuan mengevaluasi pengalaman pengguna landing page UMKM Warkop Keneae menggunakan UEQ, menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta menyusun rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil pengukuran.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei daring. Pendekatan ini dipilih karena data yang dikumpulkan berupa skor numerik dari kuesioner UEQ dan dianalisis untuk menggambarkan kualitas pengalaman pengguna landing page UMKM Warkop Keneae secara terukur.

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berurutan agar proses evaluasi pengalaman pengguna dapat berjalan secara sistematis. Tahapan penelitian dimulai dari identifikasi masalah, kajian literatur, penentuan objek penelitian, penyusunan instrumen UEQ, penyebaran kuesioner, pengumpulan data responden, verifikasi dan persiapan data, analisis data menggunakan Google Colaboratory, uji validitas dan reliabilitas, perhitungan skor UEQ, interpretasi hasil, serta penyusunan rekomendasi perbaikan. Alur tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar diagram alur tahapan penelitian berikut :.



Gambar 1. Deskripsi Alur Tahapan Penelitian

Alur tahapan penelitian pada Gambar 1 menjelaskan proses evaluasi pengalaman pengguna landing page UMKM Warkop Keneae menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). Penelitian dimulai dari identifikasi masalah, yaitu perlunya penilaian UX yang objektif. Setelah itu, peneliti melakukan kajian literatur tentang user experience, landing page, UMKM, dan UEQ sebagai dasar pengukuran.

Tahap berikutnya adalah menentukan objek penelitian, yaitu landing page UMKM Warkop Keneae sebagai media promosi digital. Peneliti kemudian menyusun instrumen UEQ dalam bentuk kuesioner berisi 16 item dengan skala bipolar 1 sampai 7. Item tersebut mencakup enam dimensi, yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Kuesioner disebarluaskan secara daring melalui Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria.

Data dari 48 responden diperiksa kelengkapannya, lalu diekspor ke format CSV untuk dianalisis menggunakan Python melalui Google Colaboratory. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan perhitungan skor rata-rata setiap dimensi UEQ.

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk mengetahui kualitas pengalaman pengguna dan aspek yang perlu ditingkatkan. Tahap akhir penelitian adalah menyusun rekomendasi perbaikan landing page, terutama pada aspek visual, kejelasan informasi, kemudahan penggunaan, dan daya tarik pengguna.

A. Objek, Populasi, dan Sampel

Objek penelitian adalah landing page UMKM Warkop Keneae sebagai media promosi digital usaha warung kopi. Populasi penelitian mencakup pengguna yang pernah mengakses halaman tersebut. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling dengan kriteria: pernah mengakses landing page UMKM Warkop Keneae minimal satu kali, berusia 17-40 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Pengumpulan data dilakukan pada Maret-April 2025 dan menghasilkan 48 responden yang memenuhi kriteria.

B. Instrumen dan Pengumpulan Data

Instrumen penelitian menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) yang disesuaikan

dengan konteks landing page UMKM Warkop Keneae. Kuesioner terdiri dari bagian demografi dan 16 item UEQ berskala bipolar 1-7, yaitu skor 1 menunjukkan penilaian paling negatif dan skor 7 menunjukkan penilaian paling positif. Kuesioner disebarakan melalui Google Form dan hasilnya diekspor ke format CSV untuk dianalisis menggunakan Python di Google Colaboratory [4][5].

Tabel 1. Ringkasan Instrumen UEQ Landing Page UMKM Warkop Keneae

Dimensi UEQ	Jumlah Item	Pasangan Item Bipolar	Fokus Evaluasi
Daya Tarik	2	Membosankan-Menyenangkan; Tidak Menarik-Menarik	Kesan awal, visual produk, dan daya tarik tampilan
Kejelasan	2	Tidak Ramah-Ramah Pengguna; Sulit-Mudah Dipelajari	Kemudahan memahami informasi usaha, produk, lokasi, dan kontak
Efisiensi	2	Tidak Efisien-Efisien; Lambat-Cepat	Kemudahan dan kecepatan menemukan informasi utama
Ketepatan	3	Tidak Dapat Diprediksi-Dapat Diprediksi; Menghalangi-Mendukung; Tidak Aman-Aman	Konsistensi dan keandalan antarmuka
Stimulasi	3	Tidak Memotivasi-Memotivasi; Membosankan-Menarik Perhatian; Tidak Menarik Minat-Menarik Minat	Motivasi pengguna untuk menjelajah produk dan melakukan kontak atau pemesanan
Kebaruan	4	Konvensional-Inovatif; Biasa Saja-Terdepan; Konservatif-Kreatif; Membosankan-Mengagumkan	Kreativitas dan kesan modern desain promosi UMKM

C. Prosedur dan Analisis Data

Prosedur penelitian dilakukan secara berurutan, yaitu identifikasi masalah UX pada landing page UMKM Warkop Keneae, penyusunan kuesioner UEQ, penyebaran Google Form kepada responden, verifikasi kelengkapan data, analisis data di Google Colab, dan interpretasi hasil. Analisis mencakup uji validitas menggunakan korelasi item-total Pearson, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, serta perhitungan skor rata-rata tiap dimensi UEQ. Dengan jumlah responden 48 dan $df = 46$ pada taraf signifikansi 0,05, nilai r -tabel yang digunakan adalah 0,2843. Item dinyatakan valid apabila r -hitung lebih besar dari r -tabel, sedangkan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha minimal 0,60 dan sangat tinggi apabila melebihi 0,90.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden

Data demografi digunakan untuk memahami karakteristik responden yang menilai landing page UMKM Warkop Keneae. Profil responden pada penelitian ini diringkas dalam Tabel 2.

Tabel 2. Profil Demografi Responden (n=48)

Kategori	Kelompok	Jumlah	Persentase (%)
Usia	17-19 tahun	3	6,3
Usia	20-22 tahun	22	45,8
Usia	23-25 tahun	17	35,4
Usia	26-30 tahun	4	8,3
Usia	> 30 tahun	2	4,2
Status Pekerjaan	Mahasiswa	27	56,3
Status Pekerjaan	Karyawan Swasta	18	37,5
Status Pekerjaan	Wirausaha	2	4,2
Status Pekerjaan	Lainnya	1	2,1

Berdasarkan Tabel 2, responden didominasi oleh pengguna berusia 20-25 tahun sebesar 81,2%. Dari sisi pekerjaan, mayoritas responden merupakan mahasiswa sebesar 56,3% dan karyawan swasta sebesar 37,5%. Komposisi ini menunjukkan bahwa penilaian UX terutama berasal dari kelompok pengguna muda yang relatif akrab dengan layanan digital dan berpotensi menjadi target pengguna landing page UMKM kuliner.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dilakukan terhadap 16 item UEQ untuk memastikan setiap item mampu mengukur pengalaman pengguna secara konsisten. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen UEQ

Item	Dimensi	r-hitung	Keterangan
P1	Daya Tarik	0,8815	Valid
P2	Daya Tarik	0,8768	Valid
P3	Kejelasan	0,8937	Valid
P4	Kejelasan	0,8597	Valid
P5	Efisiensi	0,8473	Valid
P6	Efisiensi	0,9017	Valid
P7	Ketepatan	0,8887	Valid
P8	Ketepatan	0,8555	Valid
P9	Ketepatan	0,8641	Valid
P10	Stimulasi	0,8787	Valid
P11	Stimulasi	0,9103	Valid
P12	Stimulasi	0,8219	Valid
P13	Kebaruan	0,8504	Valid
P14	Kebaruan	0,8081	Valid
P15	Kebaruan	0,8838	Valid

P16	Kebaruan	0,9186	Valid
-----	----------	--------	-------

Seluruh item pada Tabel 3 memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel 0,2843, sehingga semua item dinyatakan valid. Nilai terendah terdapat pada P14 sebesar 0,8081, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada P16 sebesar 0,9186. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap item UEQ memiliki hubungan yang kuat dengan skor total instrumen.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen UEQ

Keterangan	Nilai
Jumlah Item (k)	16
Jumlah Responden (n)	48
Jumlah Varians Item	66,3484
Varians Total	801,0142
Cronbach's Alpha (α)	0,9783
Interpretasi	Sangat Tinggi (Excellent)
Status	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,9783 menunjukkan reliabilitas sangat tinggi. Dengan demikian, kuesioner UEQ yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna landing page UMKM Warkop Keneae.

C. Skor UEQ dan Pembahasan

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, analisis dilanjutkan dengan menghitung skor rata-rata setiap dimensi UEQ. Hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Skor Rata-rata UEQ per Dimensi Landing Page UMKM Warkop Keneae

Dimensi UEQ	Mean	Std. Dev	Interpretasi
Daya Tarik (Attractiveness)	4,08	2,09	Netral
Kejelasan (Perspicuity)	4,20	2,28	Netral
Efisiensi (Efficiency)	4,31	1,39	Netral
Ketepatan (Dependability)	4,32	1,62	Netral
Stimulasi (Stimulation)	4,18	1,90	Netral
Kebaruan (Novelty)	4,18	1,82	Netral
Rata-rata Keseluruhan	4,21	1,77	Netral

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh dimensi berada pada kategori netral dengan rata-rata keseluruhan 4,21 dari skala 7. Dimensi Ketepatan memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,32, diikuti Efisiensi sebesar 4,31. Hal ini menunjukkan bahwa landing page UMKM Warkop Keneae dinilai cukup konsisten, cukup mendukung kebutuhan pengguna, dan relatif mudah digunakan.

Dimensi Daya Tarik memperoleh skor terendah sebesar 4,08. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek tampilan visual, kesan awal, dan daya tarik desain masih perlu ditingkatkan. Selain itu, distribusi penilaian menunjukkan 52,1% responden memberikan penilaian positif hingga sangat positif, sedangkan 41,7% responden masih memberikan penilaian negatif. Artinya, pengalaman pengguna belum sepenuhnya merata dan masih terdapat kelompok pengguna yang belum merasa puas terhadap tampilan dan penyajian informasi pada landing page.

Implikasi dari hasil tersebut adalah pengembangan landing page UMKM Warkop Keneae sebaiknya difokuskan pada perbaikan hierarki visual, konsistensi warna, keterbacaan informasi utama, kejelasan tombol call-to-action, serta penyajian informasi produk atau menu secara lebih ringkas. Perbaikan pada aspek visual dan kemudahan pemahaman informasi penting karena desain website berpengaruh terhadap pengalaman dan evaluasi pengguna [6][7][10][11].

D. Rekomendasi Perbaikan

Agar hasil penelitian tidak berhenti pada angka pengukuran, temuan UEQ diterjemahkan menjadi rekomendasi perbaikan yang dapat digunakan pengembang sebagai arah penyempurnaan landing page. Rekomendasi tersebut disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekomendasi Perbaikan Landing Page UMKM Warkop Keneae

Aspek	Temuan Utama	Rekomendasi
Daya tarik visual	Skor Daya Tarik paling rendah, yaitu 4,08	Memperbaiki hierarki visual, jarak antarbagian, konsistensi ikon, foto produk, dan kombinasi warna agar kesan awal lebih kuat.
Kejelasan informasi	Skor Kejelasan masih netral, yaitu 4,20	Meringkas teks informasi usaha, menonjolkan produk atau menu utama, serta menyusun informasi berdasarkan prioritas kebutuhan pengguna.
Efisiensi penggunaan	Skor Efisiensi 4,31 menunjukkan penggunaan cukup mudah	Mempertahankan navigasi sederhana serta memperjelas tombol call-to-action seperti kontak WhatsApp atau pemesanan agar pengguna cepat memahami tindakan berikutnya.
Kepercayaan pengguna	Penilaian responden masih beragam	Menampilkan identitas usaha, lokasi, jam operasional, kontak, dan informasi pemesanan secara lebih ringkas dan mudah ditemukan.
Evaluasi lanjutan	Masih ada 41,7% responden dengan penilaian negatif	Melakukan pengujian usability lanjutan atau A/B testing setelah perbaikan desain diterapkan.

Rekomendasi pada Tabel 6 menjadi penghubung antara hasil pengukuran dan tindakan pengembangan. Dengan demikian, alur pembahasan bergerak dari data responden, pengujian instrumen, skor UEQ, hingga rekomendasi desain yang relevan dengan temuan penelitian.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengevaluasi pengalaman pengguna landing page UMKM Warkop Keneae menggunakan instrumen UEQ. Seluruh 16 item instrumen dinyatakan valid karena memiliki r-hitung di atas 0,2843, dan instrumen juga dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha 0,9783 yang termasuk kategori sangat tinggi. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata keseluruhan UEQ sebesar 4,21 dari skala 7, sehingga pengalaman pengguna berada pada kategori netral.

Dimensi Ketepatan memperoleh skor tertinggi sebesar 4,32, sedangkan Daya Tarik memperoleh skor terendah sebesar 4,08. Hasil tersebut menunjukkan bahwa landing page UMKM Warkop Keneae sudah cukup stabil dan dapat digunakan, tetapi masih memerlukan perbaikan pada aspek visual, kenyamanan tampilan, kejelasan informasi produk, dan daya tarik awal. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah responden dan membandingkan hasil UEQ Warkop Keneae dengan landing page UMKM sejenis agar evaluasi yang diperoleh lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. M. Rizqi, A. N. Trisetiyanto, dan H. A. D. Rani, "Pengembangan Digital Marketing melalui Landing Page untuk UMKM," *Journal of System Information Technology and Electronics Engineering (J-SITEE)*, vol. 5, no. 1, pp. 32-38, 2025. doi: 10.31331/jsitee.v5i1.4217
- [2] Warkop Keneae, "Landing Page Warkop Keneae - Media Promosi UMKM Warkop," 2026. [Online]. Available: <https://warkop-keneae.infinityfree.me/>. [Accessed: Jun. 2026].
- [3] D. A. Saputra, S. Sucipto, dan T. Andriyanto, "Analisis Kualitas Website Sistem Informasi Akademik Universitas Nusantara PGRI Kediri," *RESEARCH: Journal of Computer, Information System & Technology Management*, vol. 5, no. 1, pp. 17-22, 2022. doi: 10.25273/RESEARCH.V5I1.9350
- [4] B. Laugwitz, T. Held, dan M. Schrepp, "Construction and evaluation of a user experience questionnaire," in *Symposium of the Austrian HCI and Usability Engineering Group, Berlin, Heidelberg: Springer*, 2008, pp. 63-76. doi: 10.1007/978-3-540-89350-9_6
- [5] F. Bisong, "Google Colaboratory," in *Building Machine Learning and Deep Learning Models on Google Cloud Platform*, Berkeley, CA: Apress, 2019, pp. 59-64. doi: 10.1007/978-1-4842-4470-8_7
- [6] M. Schrepp, J. Kollmorgen, A. L. Meiners, A. Hinderks, D. Winter, H. B. Santoso, dan J. Thomaschewski, "On the importance of UX quality aspects for different product categories," *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, vol. 8, no. 2, pp. 232-246, 2023. doi: 10.9781/ijimai.2023.03.001
- [7] E. Jongmans, F. Jeannot, L. Liang, dan M. Damp  rat, "Impact of website visual design on user experience and website evaluation: The sequential mediating roles of usability and pleasure," *Journal of Marketing Management*, vol. 38, no. 17-18, pp. 2078-2113, 2022. doi: 10.1080/0267257X.2022.2085315
- [8] A. Hinderks, D. Winter, F. J. Domínguez Mayo, M. J. Escalona, dan J. Thomaschewski, "UX Poker: Estimating the influence of user stories on user experience in early stage of agile development," *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, vol. 7, no. 7, pp. 97-104, 2022. doi: 10.9781/ijimai.2022.11.007
- [9] Y. Sari, M. Arafah, dan N. Novitasari, "Evaluasi Usability Sistem Informasi Akademik Dosen Menggunakan User Experience Questionnaire dan Heuristic Walkthrough," *Jurnal RESTI*, vol. 5, no. 2, pp. 247-253, 2021. doi: 10.29207/resti.v5i2.3022
- [10] E. García-Salirrosas et al., "Web design as a key factor for e-commerce customer satisfaction: An empirical study," *International Journal of Data and Network Science*, vol. 8, no. 1, pp. 89-104, 2024. doi: 10.5267/j.ijdns.2023.9.005
- [11] S. Rutter, M. Labus, dan A. Nayak, "Speed matters: What to prioritize in optimization for faster websites," *Digital*, vol. 1, no. 2, pp. 85-102, 2022. doi: 10.3390/digital1020012
- [12] K. K. Mulyono, A. S. Wardani, dan S. Sucipto, "Pengukuran Kesuksesan Website Universitas Menggunakan Metode Delone and Mclean," *JSITIK: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Komputer*, vol. 1, no. 1, pp. 64-76, 2022. doi: 10.53624/JSITIK.V1I1.178