

Evaluasi User Experience dan Kepuasan Pengguna pada Landing Page Tribe Kopi dengan User Experience Questionnaire

^{1*}Ananda Pratama Adi Nagara, ² Bintang Sinar R.P.N, ³ Heru Nur Cahyono, ⁴ Kevin Ryo Junior,
⁵ Mohammad Faizin Noval, ⁶ Noval Zachri Alzamzami

Sistem Informasi, Universitas PGRI Kediri

Abstrak—Landing page memiliki peran penting sebagai media promosi, penyampaian informasi, dan pembentukan kesan awal pengguna terhadap sebuah bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi User Experience dan kepuasan pengguna pada landing page Tribe Kopi menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). Penelitian dilakukan terhadap 50 responden yang telah mengakses landing page Tribe Kopi. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan Python, meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, pengukuran dimensi UEQ, dan kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi UEQ memperoleh evaluasi positif dengan rata-rata keseluruhan sebesar 1,158. Dimensi tertinggi adalah Stimulation sebesar 1,200, sedangkan dimensi terendah adalah Dependability sebesar 1,090. Tingkat kepuasan pengguna memperoleh rata-rata 3,976 dan berada pada kategori puas. Rekomendasi perbaikan difokuskan pada tampilan mobile, kejelasan tombol aksi, deskripsi menu, visual kedai, dan elemen kepercayaan pengguna.

Kata Kunci—kepuasan pengguna, landing page, Tribe Kopi, UEQ, user experience

Abstract—Landing pages play an important role as promotional media, information delivery tools, and a medium for forming users' first impressions of a business. This study aims to evaluate user experience and user satisfaction on the Tribe Kopi landing page using the User Experience Questionnaire (UEQ). The study involved 50 respondents who had accessed the Tribe Kopi landing page. The data were analyzed using descriptive statistics with Python, including validity testing, reliability testing, normality testing, UEQ dimension measurement, and user satisfaction analysis. The results showed that all UEQ dimensions received positive evaluations, with an overall mean score of 1.158. The highest dimension was Stimulation with a mean score of 1.200, while the lowest dimension was Dependability with a mean score of 1.090. User satisfaction achieved an average score of 3.976 and was categorized as satisfied. Improvement recommendations focus on mobile display, clearer call-to-action buttons, menu descriptions, visual content, and user trust elements.

Keywords—landing page, satisfaction, Tribe Kopi, UEQ, user experience

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



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mendorong digitalisasi pada berbagai sektor bisnis, termasuk UMKM kedai kopi. Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah melalui landing page sebagai media promosi yang berfungsi memperkenalkan identitas usaha, produk, harga, promosi, lokasi, jam operasional, hingga informasi pemesanan secara mudah diakses oleh pelanggan [1]. Oleh karena itu, landing page Tribe Kopi perlu dirancang dengan baik agar mampu memberikan informasi yang jelas sekaligus membangun citra bisnis.

Kualitas landing page sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna (User Experience/UX). Desain antarmuka yang menarik, navigasi yang mudah, serta penyajian informasi yang jelas dapat meningkatkan kenyamanan dan mendorong minat pengguna untuk berinteraksi lebih lanjut [2]. Selain itu, kepuasan pengguna terhadap kualitas informasi dan interaksi juga menjadi faktor penting dalam

membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan [3], [4]. Dengan demikian, evaluasi UX dan kepuasan pengguna diperlukan untuk mengetahui kualitas landing page Tribe Kopi secara menyeluruh.

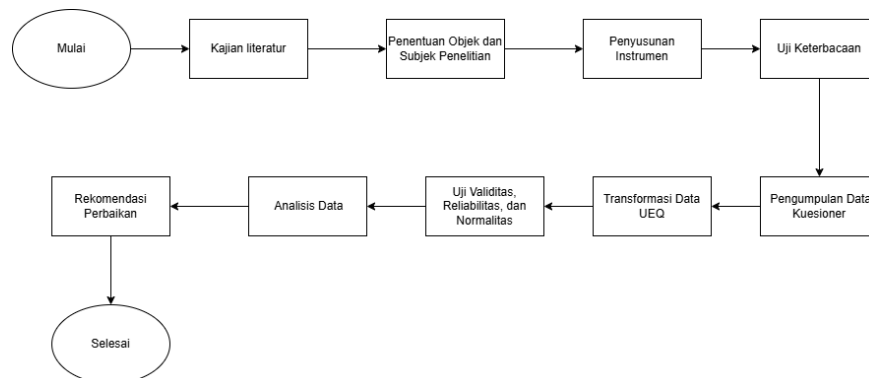
Penelitian mengenai evaluasi UX telah banyak dilakukan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) pada berbagai sistem digital, seperti sistem informasi akademik, aplikasi keuangan, sistem kesehatan, Learning Management System, dan layanan digital institusional [1]–[5]. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa UEQ efektif dalam mengidentifikasi aspek pengalaman pengguna yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Namun, penerapan UEQ pada landing page bisnis kedai kopi masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik landing page lebih berorientasi pada penyampaian informasi, pembentukan citra merek, promosi, serta mendorong pengguna melakukan tindakan lanjutan seperti melihat menu atau melakukan pemesanan.

Metode User Experience Questionnaire (UEQ) dipilih karena mampu mengevaluasi pengalaman pengguna melalui enam dimensi, yaitu Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty [6]. Keenam dimensi tersebut mencakup aspek pragmatis maupun hedonis sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kualitas pengalaman pengguna.

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi pengalaman pengguna dan tingkat kepuasan pengguna pada landing page Tribe Kopi menggunakan metode UEQ. Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi aspek UX yang masih perlu ditingkatkan serta menyusun rekomendasi perbaikan. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan UEQ untuk mengevaluasi landing page bisnis kedai kopi, yang masih jarang dibahas pada penelitian sebelumnya.

II. METODE

Penelitian evaluasi User Experience dan kepuasan pengguna terhadap landing page Tribe Kopi dilakukan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) dan kuesioner kepuasan pengguna. Terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaan penelitian ini, yaitu kajian literatur, penentuan objek dan subjek penelitian, penyusunan instrumen, uji keterbacaan, pengumpulan data kuesioner, transformasi data UEQ, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis data, serta penyusunan rekomendasi perbaikan. Alur tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

2.1 Kajian Literatur

Kajian literatur digunakan untuk mengetahui teori dan pengetahuan dasar yang berhubungan dengan penelitian. Literatur yang dikaji meliputi konsep landing page, User Experience, kepuasan pengguna, User Experience Questionnaire (UEQ), serta penelitian terdahulu yang relevan. Hasil dari kajian literatur digunakan sebagai landasan dalam menentukan objek penelitian, menyusun kuesioner, menentukan variabel yang diukur, serta memilih teknik analisis data[6], [7].

2.2 Subjek Penelitian

Penelitian ini mengevaluasi *landing page* Tribe Kopi yang memuat ragam informasi operasional kedai, kelengkapan menu, harga, hingga kontak layanan. Mengingat jumlah populasi target belum diketahui pasti dan pendekatan evaluasinya bersifat deskriptif, pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menetapkan 50 responden. Adapun kriteria utama responden diwajibkan memiliki akses internet melalui perangkat *smartphone* atau laptop, telah mengeksplorasi tampilan visual serta fungsionalitas navigasi halaman tersebut secara langsung, dan bersedia untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

2.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden setelah mereka mengeksplorasi *landing page* Tribe Kopi menggunakan *smartphone* atau laptop. Instrumen penelitian terdiri atas dua bagian, yaitu User Experience Questionnaire (UEQ) standar yang berisi 26 pasang kata berlawanan dengan skala 1–7, serta kuesioner kepuasan pengguna menggunakan skala Likert 1–5 sebagai data pendukung. Sebelum penyebaran, dilakukan uji keterbacaan untuk memastikan petunjuk pengisian mudah dipahami tanpa mengubah isi instrumen UEQ. pengisian agar mudah dipahami, tanpa mengubah substansi item pertanyaan dari instrumen UEQ standar.

2.4 Transformasi Data UEQ

Data UEQ yang telah terkumpul ditransformasikan dari skala 1–7 menjadi rentang nilai -3 hingga +3 sesuai pedoman UEQ, dengan nilai -3 menunjukkan penilaian paling negatif, 0 netral, dan +3 paling positif [7]. Selanjutnya, setiap item dikelompokkan ke dalam enam skala UEQ, yaitu *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*, untuk menghitung nilai rata-rata setiap aspek pengalaman pengguna.

2.5 Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item kuesioner mampu mengukur aspek yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai *r* hitung dan *r* tabel. Item dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05. Rumus korelasi Pearson Product Moment ditunjukkan pada Persamaan (1) [8].

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{((n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2))}} \quad (1)$$

Keterangan:

(r_{xy}) adalah koefisien korelasi,

(*n*) adalah jumlah responden,

(*x*) adalah skor item, dan

(*y*) adalah skor total.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Rumus Cronbach's Alpha ditunjukkan pada Persamaan (2) [8].

$$\alpha = k/(k - 1) \left(1 - \left(\sigma^2 \sum_i^2 \right) / (\sigma_t^2) \right) \quad (2)$$

Keterangan:

α adalah nilai Cronbach's Alpha,

k adalah jumlah item,

$\sum \sigma_i^2$ adalah jumlah varians setiap item, dan σ_t^2 adalah varians total.

Karena jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 responden, uji normalitas dilakukan menggunakan Shapiro-Wilk. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal [9].

2.6 Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan Google Colaboratory menggunakan bahasa pemrograman Python. UEQ Data Analysis Tool digunakan sebagai pembanding untuk melihat kategori benchmark UEQ. Perhitungan rata-rata digunakan untuk mengetahui kecenderungan penilaian responden terhadap landing page Tribe Kopi. Rumus rata-rata ditunjukkan pada Persamaan (3).

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (3)$$

Keterangan:

$\bar{x}$ adalah nilai rata-rata

x_i adalah nilai jawaban responden

n adalah jumlah responden.

Interpretasi nilai UEQ menggunakan rentang -3 sampai +3. Nilai rata-rata lebih dari 0,8 menunjukkan persepsi positif, nilai antara -0,8 sampai 0,8 menunjukkan persepsi netral, sedangkan nilai kurang dari -0,8 menunjukkan persepsi negatif [10]. Hasil setiap skala juga dibandingkan dengan benchmark UEQ untuk mengetahui kategori kualitas pengalaman pengguna, yaitu Bad, Below Average, Above Average, Good, dan Excellent [11].

Analisis kepuasan pengguna dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dari setiap pernyataan kepuasan. Nilai rata-rata yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang lebih baik terhadap landing page Tribe Kopi. Hasil analisis UEQ dan kepuasan pengguna digunakan sebagai dasar dalam menyusun rekomendasi perbaikan pada aspek yang memperoleh penilaian rendah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang telah membuka dan mengamati landing page Tribe Kopi. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, perhitungan rata-rata dimensi UEQ, analisis kepuasan pengguna, serta penyusunan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil evaluasi.

3.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui profil pengguna yang memberikan penilaian terhadap landing page Tribe Kopi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang dan seluruh responden telah membuka landing page Tribe Kopi sebelum mengisi kuesioner. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, status, perangkat yang digunakan, serta frekuensi akses terhadap landing page Tribe Kopi.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jumlah Responden	Total responden	50	100%
Konfirmasi	Sudah membuka landing page	50	100%
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	50%
	Perempuan	25	50%
Usia	<17 tahun	0	0%
	17–20 tahun	6	12%
	21–25 tahun	30	60%
	26–30 tahun	12	24%
	>30 tahun	2	4%
Status	Pelajar/Mahasiswa	29	58%
	Karyawan	19	38%
	Wirausaha	1	2%
	Lainnya	1	2%
Perangkat	Smartphone	35	70%
	Laptop/Komputer	13	26%
	Tablet	2	4%
Frekuensi Akses	Pertama kali	9	18%
	2–3 kali	15	30%
	4–6 kali	13	26%
	Lebih dari 6 kali	13	26%

Berdasarkan Tabel 1, Berdasarkan status, responden paling banyak berasal dari pelajar atau mahasiswa, yaitu 29 responden atau 58%. Sementara itu, perangkat yang paling banyak digunakan untuk mengakses landing page Tribe Kopi adalah smartphone dengan jumlah 35 responden atau 70%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa landing page Tribe Kopi perlu dioptimalkan terutama pada tampilan mobile. Hal ini disebabkan sebagian besar responden mengakses landing page menggunakan smartphone. Oleh karena itu, aspek keterbacaan teks, susunan menu, jarak antar elemen, tombol aksi, dan tampilan visual pada layar kecil menjadi hal penting dalam pengembangan landing page.

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item kuesioner mampu mengukur aspek yang diteliti. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan $df = 48$ adalah 0,279. Item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Instrumen	Jumlah Item	Rentang r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
-----------	-------------	--------------------	-----------	------	------------

UEQ	26	0,764–0,873	0,279	<0,001	Valid
Kepuasan Pengguna	5	0,751–0,835	0,279	<0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 2, instrumen UEQ yang terdiri dari 26 item memiliki rentang nilai r hitung sebesar 0,764 sampai 0,873. Sementara itu, instrumen kepuasan pengguna yang terdiri dari 5 item memiliki rentang nilai r hitung sebesar 0,751 sampai 0,835. Seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,279 dan seluruh nilai signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, seluruh item pada instrumen UEQ dan kepuasan pengguna dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh item dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya, baik untuk pengukuran pengalaman pengguna berdasarkan dimensi UEQ maupun untuk pengukuran kepuasan pengguna terhadap landing page Tribe Kopi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel / Dimensi	Cronbach's Alpha	Keterangan
UEQ Keseluruhan	0,983	Reliabel
Attractiveness	0,930	Reliabel
Perspicuity	0,897	Reliabel
Efficiency	0,889	Reliabel
Dependability	0,885	Reliabel
Stimulation	0,905	Reliabel
Novelty	0,912	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,918	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, nilai Cronbach's Alpha pada UEQ keseluruhan Dengan demikian, instrumen UEQ dan kepuasan pengguna dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna serta kepuasan pengguna pada landing page Tribe Kopi.

3.3 Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan menggunakan Shapiro-Wilk karena jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variabel / Dimensi	Statistik Shapiro-Wilk	Sig.	Keterangan
Attractiveness	0,834	<0,001	Tidak normal
Perspicuity	0,862	<0,001	Tidak normal
Efficiency	0,917	0,002	Tidak normal
Dependability	0,892	<0,001	Tidak normal
Stimulation	0,886	<0,001	Tidak normal
Novelty	0,832	<0,001	Tidak normal
UEQ Keseluruhan	0,773	<0,001	Tidak normal
Kepuasan Pengguna	0,783	<0,001	Tidak normal

Berdasarkan Tabel 4, seluruh dimensi UEQ dan kepuasan pengguna memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dimensi Attractiveness, Perspicuity, Dependability, Stimulation, Novelty, UEQ keseluruhan, dan kepuasan pengguna memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,001, sedangkan dimensi Efficiency memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002. Dengan demikian, seluruh data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.4 Hasil Pengukuran User Experience Menggunakan UEQ

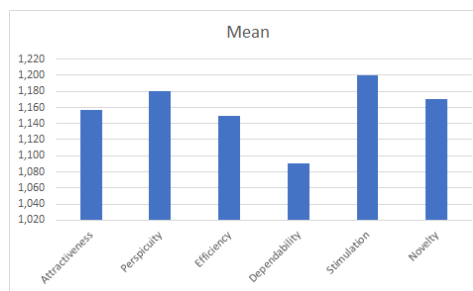
Pengukuran User Experience dilakukan menggunakan enam dimensi UEQ, yaitu Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty. Nilai awal kuesioner UEQ pada skala 1 sampai 7 ditransformasikan ke dalam rentang nilai -3 sampai +3. Nilai rata-rata lebih dari 0,8 menunjukkan evaluasi positif,

nilai antara -0,8 sampai 0,8 menunjukkan evaluasi netral, sedangkan nilai kurang dari -0,8 menunjukkan evaluasi negatif.

Tabel 5. Hasil Rata-rata Dimensi UEQ

Dimensi	Mean	Standar Deviasi	Variance	Evaluasi
Attractiveness	1,157	1,297	1,682	Positif
Perspicuity	1,180	1,275	1,625	Positif
Efficiency	1,150	1,244	1,548	Positif
Dependability	1,090	1,260	1,589	Positif
Stimulation	1,200	1,293	1,671	Positif
Novelty	1,170	1,341	1,800	Positif
Rata-rata Keseluruhan	1,158	1,239	1,535	Positif

Gambar 1. Grafik Hasil Pengukuran UEQ



Berdasarkan Tabel 5 dan Gambar 2, landing page Tribe Kopi mendapatkan evaluasi positif dengan nilai rata-rata keseluruhan UEQ sebesar 1,158 (semua dimensi > 0,8). Dimensi Stimulation meraih nilai tertinggi (1,200), mengindikasikan bahwa ini menarik dan mampu memotivasi pengguna. Sebaliknya, nilai terendah berada pada dimensi Dependability (1,090). Walaupun masih tergolong positif, elemen kejelasan navigasi, tombol aksi, dan kontrol pengguna perlu mendapat perhatian lebih. Adapun dimensi lainnya juga dievaluasi dengan baik, yaitu Perspicuity (1,180) yang berarti mudah dipahami, Novelty (1,170) yang terkesan inovatif, Attractiveness (1,157) untuk daya tarik keseluruhan, dan Efficiency (1,150) yang menunjukkan efisiensi penggunaan.

3.5 Hasil Benchmark UEQ

Benchmark digunakan untuk mengetahui posisi kualitas pengalaman pengguna landing page Tribe Kopi dibandingkan dengan produk digital lain berdasarkan kategori UEQ.

Tabel 6. Hasil Benchmark UEQ

Dimensi	Mean	Kategori Benchmark
Attractiveness	1,157	Below Average
Perspicuity	1,180	Below Average
Efficiency	1,150	Above Average
Dependability	1,090	Below Average
Stimulation	1,200	Above Average
Novelty	1,170	Good

Berdasarkan Tabel 6, Hal ini menunjukkan bahwa aspek kebaruan, efisiensi, dan daya pikat situs telah terfasilitasi dengan baik. Sebaliknya, dimensi *Attractiveness*, *Perspicuity*, dan *Dependability* masih tergolong *Below Average*. Walaupun nilai rata-ratanya secara umum positif, kualitas ketiga dimensi tersebut masih di bawah standar *benchmark* UEQ. Oleh karena itu, fokus utama rekomendasi perbaikan ke depannya perlu ditujukan pada peningkatan daya tarik visual, kejelasan informasi, serta kepastian alur navigasi.

3.6 Hasil Kepuasan Pengguna

Selain mengukur pengalaman pengguna menggunakan UEQ, penelitian ini juga mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap landing page Tribe Kopi. Kepuasan pengguna diukur menggunakan lima item pernyataan dengan skala Likert 1 sampai 5.

Tabel 7. Hasil Kepuasan Pengguna

Item	Pernyataan	Mean	Kategori
KP1	Saya merasa puas dengan tampilan landing page Tribe Kopi.	4,08	Puas
KP2	Informasi menu, harga, lokasi, dan kontak mudah ditemukan.	4,00	Puas
KP3	Landing page membantu memahami informasi tentang kedai.	3,94	Puas
KP4	Saya merasa nyaman ketika mengakses landing page.	3,92	Puas
KP5	Setelah melihat landing page, saya tertarik mengunjungi atau membeli produk Tribe Kopi.	3,94	Puas
Rata-rata	-	3,976	Puas

Berdasarkan Tabel 7, Meskipun hasil menunjukkan tingkat kepuasan yang baik, beberapa aspek seperti kenyamanan akses, optimasi tampilan pada perangkat seluler, kejelasan navigasi, dan fungsi tombol aksi masih perlu ditingkatkan agar kepuasan pengguna dapat lebih optimal.

3.7 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Perbandingan ini digunakan untuk menunjukkan posisi penelitian serta memperjelas kebaruan penelitian.

Tabel 8. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Objek Penelitian	Metode	Perbedaan dengan Penelitian Ini
Sari dkk. [5]	Sistem Informasi Akademik Dosen	UEQ dan Heuristic Walkthrough	Objek berupa sistem akademik, sedangkan penelitian ini mengevaluasi landing page coffee shop
Ibrahim dkk. [6]	Aplikasi OVO	UEQ dan SUS	Objek berupa aplikasi keuangan digital, sedangkan penelitian ini berfokus pada landing page promosi bisnis
Yunus dkk. [7]	Electronic Health Records	UEQ dan SUS	Objek berupa sistem kesehatan, sedangkan penelitian ini mengevaluasi landing page bisnis kedai kopi
Wijanarko dkk. [8]	Learning Management System	UEQ	Objek berupa sistem pembelajaran, sedangkan penelitian ini menilai landing page coffee shop
Susanto dkk. [9]	SSO UNDIP menu SIAP	UEQ	Objek berupa layanan digital institusional, sedangkan penelitian ini mengevaluasi landing page promosi
Penelitian ini	Landing page Tribe Kopi	UEQ dan kepuasan pengguna	Berfokus pada UX dan kepuasan pengguna landing page coffee shop

Landing page coffee shop memiliki karakteristik yang berbeda dengan aplikasi transaksi atau sistem layanan institusional. Oleh karena itu, evaluasi UX pada landing page Tribe Kopi tidak hanya menilai kemudahan penggunaan, tetapi juga menilai sejauh mana halaman mampu memberikan kesan menarik dan meningkatkan kepuasan pengguna.

3.5 Prioritas Permasalahan

Aspek yang memiliki pengaruh langsung terhadap kenyamanan pengguna, kejelasan informasi, dan tindakan lanjutan pengguna dijadikan prioritas utama dalam penyusunan rekomendasi perbaikan.

Tabel 9. Prioritas Permasalahan

Permasalahan	Dimensi Terkait	Urgensi	Alasan
Tampilan mobile masih perlu dioptimalkan	Efficiency, Perspicuity	Tinggi	70% responden mengakses melalui smartphone dan beberapa saran menyebut tampilan tabel menu di HP masih rapat.

Tombol aksi perlu dibuat lebih jelas dan mudah ditemukan	Dependability, Efficiency	Tinggi	Tombol seperti lihat menu, WhatsApp, lokasi, reservasi, dan delivery berpengaruh langsung terhadap tindakan pengguna.
Beberapa menu perlu diberi deskripsi produk	Perspicuity	Tinggi	Beberapa responden menyebut nama menu tertentu belum cukup jelas.
Galeri foto dan bukti visual masih perlu ditambah	Attractiveness, Stimulation	Sedang	Responden menyarankan penambahan foto pengunjung, menu, dan suasana live music.
Konten promosi dan kepercayaan masih bisa diperkuat	Stimulation, Novelty	Sedang	Responden menyarankan kupon, review pelanggan, rating, dan cerita sejarah kedai.

Berdasarkan Tabel 9, Mengingat dominasi akses pengguna via *smartphone*, optimalisasi *mobile* menjadi sangat krusial untuk mencegah kesulitan dalam membaca informasi maupun bernavigasi. perbaikan dengan urgensi sedang difokuskan pada penambahan elemen visual dan penguat kepercayaan, seperti galeri foto suasana kedai, ulasan pelanggan, konten promosi, serta profil singkat Tribe Kopi guna meningkatkan daya tarik secara keseluruhan.

3.6 Rekomendasi Perbaikan

Rekomendasi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna terhadap landing page Tribe Kopi.

Tabel 10. Rekomendasi Perbaikan Landing Page Tribe Kopi

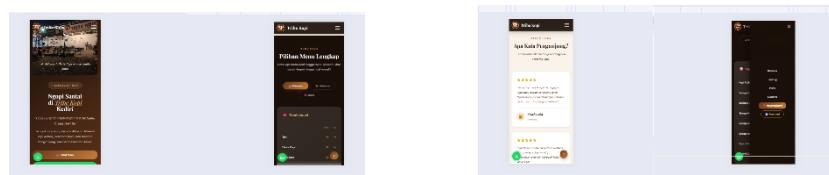
Temuan	Rekomendasi Perbaikan
Tampilan tabel menu di HP masih rapat	Perbaiki layout menu mobile dengan jarak antarbaris lebih longgar, font lebih terbaca, dan pemisahan harga Hot/Ice lebih jelas.
Tombol aksi belum menjadi fokus utama	Buat tombol “Lihat Menu”, “Pesan via WhatsApp”, “Lihat Lokasi”, dan “Reservasi” lebih menonjol serta tempatkan di area strategis.
Beberapa nama menu belum mudah dipahami	Tambahkan deskripsi singkat pada menu, misalnya bahan utama, rasa, atau kategori minuman.
Visual suasana kedai masih perlu diperkuat	Tambahkan galeri foto asli menu, interior, outdoor, pengunjung, dan live music.
Kepercayaan pengguna perlu ditingkatkan	Tambahkan review pelanggan, rating, testimoni, atau kutipan pengalaman pengunjung.
Peluang tindakan lanjutan masih bisa ditambah	Tambahkan fitur pesan antar, reservasi meja, dan tombol WhatsApp melayang.

Berdasarkan Tabel 10. Terdapat rekomendasi utama untuk meningkatkan kualitas landing page Tribe Kopi, yaitu mengoptimalkan tata letak pada versi mobile, menonjolkan tombol aksi utama (pemesanan, lokasi, dan reservasi), menambahkan deskripsi singkat pada menu untuk meningkatkan kejelasan informasi, memperkuat daya tarik visual melalui galeri foto kedai, serta menambahkan elemen kepercayaan seperti ulasan pelanggan beserta fitur pendukung, seperti layanan pesan antar dan tombol WhatsApp.

3.7 Wireframe atau Mockup Solusi

Rancangan ini difokuskan pada bagian landing page yang masih perlu diperbaiki sesuai hasil UEQ, kepuasan pengguna, dan saran responden.

Gambar 2. Wireframe atau Mockup Usulan Perbaikan Landing Page Tribe Kopi



Rancangan solusi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kejelasan informasi, kenyamanan navigasi, daya tarik visual, serta kemudahan pengguna dalam melakukan tindakan lanjutan. Dengan adanya wireframe atau mockup, rekomendasi perbaikan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan gambaran visual mengenai arah pengembangan landing page Tribe Kopi.

3.8 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa landing page Tribe Kopi memperoleh nilai rata-rata UEQ sebesar 1,158, yang menunjukkan pengalaman pengguna secara umum positif. Dimensi Stimulation memperoleh nilai

tertinggi (1,200), sedangkan Dependability terendah (1,090). Pada hasil benchmark, Novelty berada pada kategori Good, Efficiency dan Stimulation termasuk Above Average, sementara Attractiveness, Perspicuity, dan Dependability masih Below Average. Tingkat kepuasan pengguna juga berada pada kategori puas dengan skor rata-rata 3,976. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas landing page sudah baik, perbaikan pada tampilan mobile, navigasi, informasi menu, tombol aksi, serta elemen kepercayaan masih diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong minat berkunjung maupun melakukan transaksi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan User Experience Questionnaire dan kuesioner kepuasan pengguna, landing page Tribe Kopi memperoleh penilaian pengalaman pengguna yang positif pada seluruh dimensi UEQ. Nilai rata-rata keseluruhan UEQ sebesar 1,158 menunjukkan bahwa landing page sudah mampu memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna. Dimensi Stimulation menjadi aspek dengan nilai tertinggi, sehingga landing page dinilai cukup menarik dan mampu memotivasi pengguna untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai Tribe Kopi. Sementara itu, dimensi Dependability memperoleh nilai paling rendah, sehingga aspek kejelasan alur, tombol aksi, dan rasa kontrol pengguna masih perlu diperbaiki. Hasil kepuasan pengguna sebesar 3,976 menunjukkan bahwa pengguna berada pada kategori puas. Dengan demikian, landing page Tribe Kopi sudah layak digunakan sebagai media promosi dan informasi, tetapi masih perlu pengembangan pada tampilan mobile, kejelasan informasi menu, tombol aksi, galeri visual, serta elemen kepercayaan seperti testimoni atau ulasan pelanggan agar pengalaman dan kepuasan pengguna dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rr. A. Krestianti, R. Hendrianu, R. B. Utomo, A. Akbar, and L. Prananingrum, "DIGITAL MARKETING WITH LANDING PAGE TO IMPROVES SELLING OF MSMES DECHEFDEFINZS," *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, vol. 10, no. 1, pp. 149–156, Dec. 2023, doi: 10.33330/jurtek.v10i1.2799.
- [2] Faisal Maulana Akbar, Ayoubi Poerna Wardhanie2, and Tan Amelia, "Implementasi Re-design UI/UX Website Fumigasi Untuk Meningkatkan Customer Experience," *Journal of Applied Computer Science and Technology*, vol. 4, no. 2, pp. 90–99, Nov. 2023, doi: 10.52158/jacost.v4i2.488.
- [3] M. R. A. Adieb, A. Sugiharto, and S. Adhy, "Analisis Pengaruh Kualitas Website Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Diponegoro)," *Jurnal Masyarakat Informatika*, vol. 15, no. 1, pp. 39–55, May 2024, doi: 10.14710/jmasif.15.1.59737.
- [4] Susriyanti, N. L. Krisna, and Lusiana, "The Influence of Service Quality and Product Quality Through Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Vegetarian Restaurant Fortunate Taste Batam," *International Journal of Social Science and Business*, vol. 7, no. 2, pp. 466–475, Dec. 2022, doi: 10.23887/ijssb.v7i1.52995.
- [5] Y. Sari, M. Arafah, and Novitasari, "Evaluasi Usability Sistem Informasi Akademik Dosen Menggunakan User Experience Questionnaire dan Heuristic Walkthrough," *Jurnal RESTI*, vol. 5, no. 2, pp. 247–253, Apr. 2021, doi: 10.29207/resti.v5i2.3022.
- [6] A. Ibrahim, O. Alexander, K. D. Tania, P. Putra, and A. Meiriza, "Assessing User Experience and Usability in the OVO Application: Utilizing the User Experience Questionnaire and System Usability Scale for Evaluation," *Jurnal RESTI*, vol. 7, no. 4, pp. 953–963, Aug. 2023, doi: 10.29207/resti.v7i4.5137.
- [7] M. Yunus, I. S. Sakkinah, U. E. Rahmawati, A. Deharja, and M. W. Santi, "Electronic Health Records (EHR) Usability and User Experience Evaluation: A Case Study," *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, vol. 7, no. 2, pp. 192–201, Aug. 2023, doi: 10.29407/intensif.v7i2.19090.
- [8] B. Dwi Wijanarko, R. Leandros, and D. Fitria Murad, "Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Learning Management System Menggunakan Metode User Experience Questionnaire," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, vol. 04, pp. 27–2024, 2024, doi: 10.21456/vol14iss4pp385-392.
- [9] N. Susanto, W. Susatyo, D. Pramono, and A. Refina, "EVALUASI USER EXPERIENCE SSO UNDIP MENU SIAP BERDASARKAN PERSEPSI MAHASISWA TEKNIK

- INDUSTRI MENGGUNAKAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ),” 2022. [Online]. Available: www.sso.undip.ac.id.
- [10] B. Laugwitz, T. Held, and M. Schrepp, “LNCS 5298 - Construction and Evaluation of a User Experience Questionnaire,” 2008.
- [11] A. Dyah Savitri and C. Indah Ratnasari, “KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Implementasi User Experience Questionnaire (UEQ) untuk Mengevaluasi Pengalaman Pengguna pada UII RAS,” *Media Online*, vol. 4, no. 3, pp. 1352–1361, 2023, doi: 10.30865/klik.v4i3.1444.
- [12] N. Miftahul Janna and D. Pembimbing, “KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS.”
- [13] P. Mishra, C. M. Pandey, U. Singh, A. Gupta, C. Sahu, and A. Keshri, “Descriptive statistics and normality tests for statistical data,” *Ann. Card. Anaesth.*, vol. 22, no. 1, pp. 67–72, Jan. 2019, doi: 10.4103/aca.ACA_157_18.
- [14] M. Schrepp, “User Experience Questionnaire Handbook,” Sep. 2023. [Online]. Available: www.ueq-online.org
- [15] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, “Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ),” *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, vol. 4, no. 4, p. 40, Jun. 2017, doi: 10.9781/ijimai.2017.445.