

ABSTRAK

Matthew Reva (03081200038)

ANALISIS *USER EXPERIENCE* TERHADAP PENGALAMAN BERBELANJA PADA APLIKASI *E-COMMERCE* SHOPEE, TOKOPEDIA DAN LAZADA DENGAN METODE *HEART FRAMEWORK*

(viii + 61 halaman; 9 gambar; 19 tabel)

E-commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada merupakan situs web belanja *online* yang paling populer di Indonesia dan beberapa negara di Asia Tenggara dengan peringkat tertinggi dan sudah memiliki jutaan pengguna. Namun, meskipun banyaknya pengguna aplikasi *E-commerce*, tidak semua pengalaman berbelanja *online* berjalan dengan lancar. Beberapa masalah yang mungkin muncul meliputi fitur yang membingungkan, tampilan dan tata letak yang rumit, proses pembayaran yang membingungkan, keterbatasan interaksi manusia, masalah teknis, dan lain sebagainya. Semua ini dapat berkontribusi pada ketidakpuasan pengguna dan bahkan meningkatkan tingkat pemberhentian penggunaan aplikasi. Pengalaman setiap pengguna pada aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada tentu berbeda-beda dan memiliki kesenangan, kemudahan, serta preferensi masing-masing dalam mengakses, sehingga perlu dilakukan penelitian mendalam untuk menganalisis pengalaman pengguna pada ketiga aplikasi dan melakukan perbandingan performa aplikasi yang tergolong terbaik dan termudah untuk pengalaman pengguna dari hasil penelitian serta menganalisis kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi melalui observasi dan responden yang sudah menggunakan masing-masing aplikasi untuk berbelanja dan bertransaksi hingga selesai. Dengan menggunakan metode *HEART Framework* dalam penelitian untuk mengukur pengalaman pengguna, menentukan *Happiness* (Kepuasan pengguna), *Engagement* (Keterlibatan pengguna), *Adoption* (Sejauh mana pengguna mengadopsi dan memanfaatkan fitur-fitur pada aplikasi), *Retention* (Mempertahankan pengguna), dan *Task Success* (Keberhasilan Pengguna menyelesaikan tugas-tugas yang mereka inginkan dalam aplikasi, seperti menemukan produk, penguasaan fitur, menyelesaikan pesanan dan pembayaran *HEART Framework* adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur *User experience* (UX) guna mengidentifikasi keberhasilan yang berfokus kepada pengguna. Proses analisis akan dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat diperoleh informasi bahwa aplikasi Shopee telah memenuhi semua *goal* yang diharapkan yaitu semua nilainya lebih besar daripada 80%. Sedangkan, aplikasi Tokopedia dan Lazada masih belum memenuhi kriteria *goal* yang diharapkan, dimana aplikasi Tokopedia memiliki nilai terendah dari ketiga aplikasi *e-commerce* yang dianalisis.

Kata Kunci: *e-commerce*, Shopee, Tokopedia, Lazada, metode *HEART Framework*

Referensi: 31 (2020-2024)

ABSTRACT

Matthew Reva (03081200038)

USER EXPERIENCE ANALYSIS OF SHOPPING EXPERIENCE ON E-COMMERCE APPLICATIONS SHOPEE, TOKOPEDIA AND LAZADA USING THE HEART FRAMEWORK METHOD

(viii + 61 pages; 9 figures; 19 tables)

E-commerce such as Shopee, Tokopedia and Lazada are the most popular online shopping websites in Indonesia and several countries in Southeast Asia with the highest ranking and already have millions of users. However, despite the large number of E-commerce application users, not all online shopping experiences run smoothly. Some problems that may arise include confusing features, complicated display and layout, confusing payment processes, limited human interaction, technical problems, and so on. All of this can contribute to user dissatisfaction and even increase app churn rates. Each user's experience on the Shopee, Tokopedia and Lazada applications is certainly different and has its own pleasure, convenience and preferences in accessing it, so it is necessary to carry out in-depth research to analyze the user experience on the three applications and compare the performance of the applications that are classified as the best and easiest. for user experience from research results as well as analyzing the advantages and disadvantages of each application through observations and respondents who have used each application to shop and make transactions until completion. By using the HEART Framework method in research to measure user experience, determine Happiness (user satisfaction), Engagement (user involvement), Adoption (the extent to which users adopt and utilize the features in the application), Retention (Retaining users), and Task Success (User success in completing the tasks they want in the application, such as finding products, mastering features, completing orders and payments. The HEART Framework is a framework used to measure User experience (UX) to identify user-focused success using a questionnaire. From the results of the analysis carried out, information can be obtained that the Shopee application has met all the expected goals, namely all scores are greater than 80%. Meanwhile, the Tokopedia and Lazada applications still do not meet the expected goal criteria, where the Tokopedia application has the lowest score of the three e-commerce applications analyzed.

Keywords: e-commerce, Shopee, Tokopedia, Lazada, HEART Framework method

References: 31 (2020-2024)