 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna SeaBank dan Bank Jago dengan *User Experience Questionnaire*

Comparative Analysis of User Experience in SeaBank and Bank Jago using the User Experience Questionnaire

[1]Shinta Dwina Hendriyani*, [2]Arny Lattu, [3]Moneyta Dholah Rosita
[1,2,3]Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Komputer dan Desain, Universitas Nusa Putra
[1,2,3]Jl.Raya Cibolang No 21, Cisaat, Sukabumi 43152, Indonesia
e-mail: [1]shintahendriyani1601@gmail.com, [2]arny.lattu@nusaputra.ac.id

(***received*:** 16 July 2025, ***revised*:** 22 September 2025, ***accepted*:** 10 October 2025)

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong pergeseran layanan perbankan dari sistem konvensional menuju digital yang lebih efisien dan fleksibel. Generasi Z, sebagai digital natives, menjadi pengguna utama layanan ini karena mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi keuangan. Berdasarkan data Google Play Store, aplikasi SeaBank dan Bank Jago masing-masing telah diunduh lebih dari 10 juta kali, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan digital banking. Meskipun jumlah unduhan setara, terdapat perbedaan signifikan dalam penilaian pengguna, SeaBank memperoleh rating 4,9 dari 5, sedangkan Bank Jago hanya 4,5. Namun, masih terbatas penelitian yang secara langsung membandingkan pengalaman pengguna antar platform digital banking populer di Indonesia, sehingga penelitian ini berkontribusi dalam memberikan wawasan empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan Generasi Z dalam menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna aplikasi SeaBank dan Bank Jago menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan menggunakan teknik purposive sampling, dengan target responden adalah Generasi Z berusia 17–28 tahun. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan alat bantu UEQ Data Analysis Tool. Hasil penelitian menunjukkan kedua aplikasi mendapat penilaian positif dari responden. Bank Jago unggul pada aspek Attractiveness, menunjukkan daya tarik visual dan emosional yang baik. Sementara itu, SeaBank lebih unggul pada lima skala lainnya: *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Temuan ini menunjukkan bahwa SeaBank memberikan pengalaman pengguna yang lebih efisien, jelas, menyenangkan, dan inovatif dibandingkan Bank Jago.

Kata kunci: bank jago, gen Z, UEQ, pengalaman pengguna, seabank

Abstract

The rapid development of information technology has driven a shift in banking services from conventional systems toward more efficient and flexible digital platforms. Generation Z, as digital natives, has become the primary user group of these services due to their strong preference for convenience and ease in financial transactions. According to data from the Google Play Store, the SeaBank and Bank Jago applications have each been downloaded more than 10 million times, indicating strong public interest in digital banking services. Despite having a similar number of downloads, there is a notable difference in user ratings: SeaBank has received a rating of 4.9 out of 5, while Bank Jago has obtained a rating of 4.5. However, research that directly compares user experience across popular digital banking platforms in Indonesia remains limited. Therefore, this study contributes empirical insights into the factors influencing Generation Z's satisfaction when using digital banking services. This study aims to analyze and compare the user experience of the SeaBank and Bank Jago applications using the User Experience Questionnaire (UEQ) method. Research data were collected through questionnaires distributed using purposive sampling, targeting Generation Z respondents aged 17–28 years. The collected data were analyzed using the UEQ Data

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

Analysis Tool. The results indicate that both applications received positive evaluations from respondents. Bank Jago outperformed SeaBank in the Attractiveness dimension, reflecting stronger visual and emotional appeal. Meanwhile, SeaBank showed superior performance across the other five dimensions: Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, and Novelty. These findings suggest that SeaBank provides a more efficient, clear, engaging, and innovative user experience compared to Bank Jago.

Keywords: *bank jago, gen Z, UEQ, user experience, seabank*

1 Pendahuluan

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dalam dua decade terakhir telah memicu perubahan mendasar diberbagai bidang termasuk sektor keuangan dan perbankan. Masyarakat kini semakin bergeser dari penggunaan layanan konvensional menuju layanan digital yang lebih efisien, fleksibel, dan mudah diakses kapan saja serta di mana saja. Digitalisasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, khususnya dalam hal transaksi keuangan. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai sebagai generasi yang akrab dengan teknologi digital (*digital natives*) karena tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi. Dalam ranah perbankan, Generasi Z cenderung mengutaman kemudahan, transparansi, dan efisiensi dalam bertransaksi. Karena mereka tumbuh di era kemajuan teknologi yang pesat, Genrasi Z sering disebut dengan generasi digital yang lebih menyukai kemudahan instan dan cenderung kurang peduli terhadap isu privasi[1].

Bank digital mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, kushusnya dikalangan Generasi Z yang lebih terbuka terhadap teknologi baru dibandingakan generasi sebelumnya[2]. SeaBank dan Bank Jago merupakan dua contoh aplikasi bank digital yang populer di kalangan Generasi Z. Keduanya menawarkan fitur yang menarik dan inovatif, dengan keunggulan masing-masing. SeaBank terintegrasi dengan *e-commerce* dan menawarkan kemudahan akses, sementara Bank Jago dikenal dengan pendekatan personalisasi layanan dan antarmuka yang intuitif. Data dari Google Play Store menunjukkan bahwa kedua aplikasi telah diunduh lebih dari 10 juta kali, tetapi terdapat perbedaan pada tingkat kepuasan pengguna, SeaBank memperoleh rating sebesar 4,9 dari 5, sedangkan Bank Jago hanya memperoleh rating sebesar 4,5.

Pengalaman pengguna (*user experience*) menjadi aspek penting dalam menarik serta mempertahankan ketertarikan Generasi Z terhadap layanan perbankan digital. Istilah ini merujuk pada persepsi dan reaksi individu yang timbul dari interaksi dengan suatu produk, sistem, atau layanan. Elemen-elemen yang termasuk dalam pengalaman pengguna meliputi kemudahan pembelajaran sistem, efisiensi penggunaan, serta tingkat kenyamanan atau kepuasan selama penggunaan[3]. Komponen utama dari pengalaman pengguna meliputi aspek kegunaan, kemudahan akses, estetika desain, dan kepuasan keseluruhan. Pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, sementara pengalaman yang negatif dapat menyebabkan penurunan keperon dan migrasi ke layanan lain[4]. Sejalan dengan itu, penelitian perbankan online yang dievaluasi menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) mampu mengungkap kualitas pengalaman pengguna secara komprehensif. Sebuah penelitian di Afrika Selatan yang melibatkan 725 responden menemukan bahwa aspek kualitas hedonik berada pada tingkat tertinggi dibandingkan dengan kualitas pragmatis, yang menegaskan pentingnya desain interaktif dan menarik dalam layanan perbankan digital[5]. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi desainer dan pengembang aplikasi perbankan online untuk mengoptimalkan area kekuatan serta memperbaiki area yang memerlukan perbaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna aplikasi SeaBank dan Bank Jago di kalangan Generasi Z dengan menggunakan metode UEQ. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat mengungkap dimensi-dimensi *user experience* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna serta mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing aplikasi. Penelitian ini juga memberikan kontribusi kebaruan dengan memfokuskan analisis pada dua aplikasi perbankan digital secara langsung dengan instrumen UEQ yang komprehensif, serta menggunakan sampel spesifik dari Generasi Z sebagai kelompok pengguna dominan di era digital. Selain menjadi acuan bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan *user experience*, hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pengguna dalam menentukan pilihan layanan

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

keuangan digital yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka**.** Hipotesis penelitian ini adalah terdapat perbedaan signifikan pada persepsi pengalaman pengguna antara aplikasi SeaBank dan Bank Jago di kalangan Generasi Z. Selain menjadi acuan bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan *user experience*, hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pengguna dalam menentukan pilihan layanan keuangan digital yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

2 Tinjauan Literatur

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, penelitian mengenai pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap aplikasi digital semakin banyak dilakukan. Hal ini dikarenakan pentingnya pemahaman terhadap persepsi dan interaksi pengguna dalam menentukan kualitas suatu aplikasi. Oleh karena itu, penelitian-penelitian sebelumnya menjadi acuan penting dalam menyusun kerangka teori, pendekatan metode, serta pemilihan objek penelitian. Adapun beberapa penelitian yang relevan akan dijabarkan sebagai referensi dalam mendukung penelitian ini.

Penelitian pertama membandingkan pengalaman pengguna aplikasi e-commerce Shopee dan Tokopedia menggunakan metode UEQ [6], data dilakukan dengan menggunakan UEQ Data Analysis Tool. Berdasarkan hasil evaluasi *User Experience* antara Shopee dan Tokopedia, keduanya mendapatkan penilaian *Above Average* pada aspek *Attractiveness,* menunjukkan bahwa kedua aplikasi dinilai mampu menarik perhatian pengguna dengan baik. Pada variabel *Perspicuity*, keduanya juga memperoleh nilai *Above Average* dengan perbedaan yang tidak signifikan, menandakan antarmuka kedua aplikasi dianggap jelas dan mudah dipahami. Perbedaan lebih terlihat pada aspek *Efficiency*, di mana Tokopedia memperoleh penilaian *Good*, sementara Shopee hanya *Above Average*, yang menunjukkan bahwa Tokopedia dianggap lebih efisien dalam proses transaksi dan penggunaan aplikasi. Pada aspek *Dependability*, keduanya dinilai *Above Average*, menunjukkan persepsi pengguna bahwa kedua aplikasi cukup dapat diandalkan. Sementara pada aspek Stimulation dan *Novelty*, keduanya dinilai memberikan pengalaman yang menarik dan inovatif, meskipun Tokopedia sedikit lebih unggul pada aspek *Novelty*.

Penelitian kedua membandingkan aplikasi investasi Bibit dan Ajaib[7], Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bibit memperoleh evaluasi positif pada semua variabel, dengan *Dependability* dan *Novelty* dikategorikan sangat baik. Variabel *Perspicuity* dan *Efficiency* termasuk dalam kategori baik, sedangkan *Attractiveness* dan *Stimulation* berada pada level di atas rata-rata. Pada aplikasi Ajaib, evaluasi positif diperoleh pada lima variabel, di mana *Attractiveness*, *Perspicuity*, dan *Efficiency* masuk dalam kategori baik, sementara *Stimulation* dan *Novelty* berada di atas rata-rata. Namun demikian, variabel *Dependability* pada Ajaib masih berada di bawah rata-rata, dan variabel *Novelty* juga memerlukan pengembangan lebih lanjut karena hanya memperoleh hasil evaluasi netral. Secara umum, Bibit unggul pada aspek *Efficiency*, *Dependability*, dan *Novelty*, sementara Ajaib lebih baik pada aspek *Attractiveness*, *Perspicuity*, dan *Stimulation*. Perbedaan paling mencolok terlihat pada variabel *Novelty* dan *Dependability*.

Penelitian ketiga menggunakan metode UEQ untuk mengevaluasi tiga aplikasi dompet digital pada mahasiswa [8], Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga aplikasi memperoleh skor positif pada semua skala pengukuran. Aplikasi GoPay unggul pada skala *Efficiency* dan *Dependability*. Sementara aplikasi OVO dan Dana masing-masing menonjol pada skala *Attractiveness* dan *Perspicuity*. Secara keseluruhan, ketiga aplikasi dinilai memiliki pengalaman pengguna yang baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang disarankan untuk ditingkatkan, seperti tampilan antarmuka, kelancaran transaksi, dan fitur-fitur pendukung lainnya.

Penelitian keempat membandingkan aplikasi layanan kesehatan Halodoc dan Alodokter [9]. Dari 20 partisipan yang dilibatkan, ditemukan bahwa Halodoc memperoleh hasil evaluasi yang lebih positif dibandingkan Alodokter. Secara umum, Halodoc menunjukkan skor lebih tinggi, sementara Alodokter mendapat penilaian yang cukup positif. Kedua aplikasi menunjukkan kesamaan, yaitu skor tertinggi diperoleh pada skala *Efficiency*, sedangkan aspek kualitas pragmatis menjadi aspek dengan nilai terendah pada keduanya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pada aspek kualitas pragmatis perlu dilakukan agar aplikasi dapat memberikan kesan lebih baik dan meningkatkan ketertarikan pengguna.

Penelitian kelima mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi digital banking SeaBank menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ)[10]. Berdasarkan hasil analisis

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

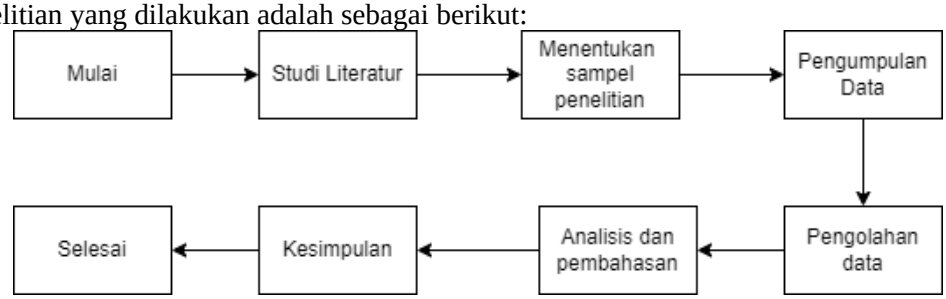
menggunakan UEQ Data Analysis Tool, SeaBank memperoleh skor di bawah rata-rata pada seluruh aspek yang diukur. Nilai rata-rata pada aspek *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Temuan ini menunjukkan bahwa SeaBank perlu melakukan peningkatan di semua aspek, terutama dalam hal daya tarik, kejelasan antarmuka, efisiensi penggunaan, ketepatan sistem, rangsangan emosional, serta inovasi, untuk dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.

Penelitian keenam membahas evaluasi pengalaman pengguna terhadap aplikasi dompet digital OVO dan GoPay.[11],dengan responden berasal dari masyarakat pengguna di Kota Balikpapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aplikasi OVO, skala *Novelty* merupakan satu-satunya aspek yang menunjukkan keunggulan dibandingkan skala lainnya. Sebaliknya, pada aplikasi GoPay, skor pada skala *Novelty* justru menjadi yang terendah dibandingkan skala lainnya. Jika kedua aplikasi dibandingkan, GoPay dinilai lebih unggul secara keseluruhan sebagai alat pembayaran non-tunai, karena memiliki skor lebih tinggi pada lima dari enam aspek yang diukur dibandingkan OVO. Perbaikan pada aplikasi OVO direkomendasikan khususnya pada aspek *Attractiveness*, mengingat adanya hasil evaluasi yang menunjukkan persepsi pengguna terkait tampilan aplikasi yang kurang menarik dan nyaman. Sementara pada GoPay, peningkatan perlu difokuskan pada aspek *Novelty*, untuk mengatasi persepsi monoton dan kurangnya unsur inovatif dalam desain aplikasi.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) telah digunakan secara luas dalam mengevaluasi pengalaman penggun pada berbagai jenis aplikasi, seperti *e-commerce*, investasi, dompet digital, layanan kesehatan, dan platform pembelajaran. Sebagian besar studi tersebut menunjukkan bahwa UEQ efektif dalam mengukur berbagai dimensi pengalaman pengguna, seperti daya tarik, kejelasan, efisiensi, keandalan, stimulasi, dan kebaruan. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus membandingkan pengalaman pengguna aplikasi mobile banking di kalangan Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis perbandingan pengalaman pengguna antara aplikasi Seabank dan Bank Jago dengan menggunakan metode yang sama, yakni UEQ. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap perbedaan dan kesamaan aspek UX pada kedua aplikasi perbankan digital serta memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan preferensi pengguna Generasi Z dalam menggunakan layanan keuangan digital.

3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Tahap penelitian mencakup serangkaian langkah aktivitas selama Penelitian berlangsung, adapun tahap penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Tahapan penelitian

Gambar 1 memperlihatkan tahapan penelitian yang diawali dengan studi literature. Pada Tahap ini peneliti melakukan pencarian dan pengumpulan informasi yang berkaitan dengan metode yang akan digunakan serta permasalahan penelitian. Proses ini dilakukan melalui penelaahan berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, dan hasil penelitian terdahulu. Setelah memahami metode yang dipilih dan isu-isu yang relevan, peneliti dapat mengkaji serta menjelaskan pengalaman pengguna menggunakan pendekatan *User Experience Questionnaire* (UEQ)**.**

Tahap kedua dalam penelitian ini difokuskan pada proses pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling***.** Pada penelitian ini, sampel terdiri dari Gen Z rentan usia 17 hingga 28 tahun yang menggunakan Seabank dan Bank Jago. Karena jumlah sampel dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow[12]. Penentuan sampel sebagaimana ditunjukkan pada Persamaan (1), berikut rumus Lemeshow:

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

$$n = \frac{Z^2.P.\ (1-P)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan:
n = Jumlah sampel
z = Nilai standart = 1.96
p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5
d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Untuk mempermudah proses pengumpulan data serta mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak valid, jumlah tersebut kemudian dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Dengan demikian, peneliti menetapkan bahwa pengambilan data akan dilakukan pada minimal 100 orang responden. Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 150 responden, yang terdiri dari pengguna aplikasi Seabank dan Bank Jago. Jumlah ini melampaui batas minimum yang disyaratkan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan tingkat akurasi dan representativitas hasil penelitian dalam membandingkan pengalaman pengguna kedua aplikasi digital banking tersebut.

Tahap ketiga penelitian berfokus pada pengumpulan data melalui survei online yang disebarkan menggunakan Google Forms melalui berbagai platform media sosial. Instrumen utama yang digunakan adalah UEQ. Kuesioner ini terdiri dari 26 pertanyaan dengan menggunakan enam skala penilaian yaitu: *Attractiveness* (kesan umum dan daya tarik produk), *Perspicuity* (kemudahan dipahami dan digunakan), *Efficiency* (kecepatan dan efisiensi interaksi), *Dependability* (tingkat kontrol dan keandalan sistem), *Stimulation* (kenyamanan dan motivasi emosional saat penggunaan), serta *Novelty* (tingkat kreativitas dan inovasi yang membuat produk terasa unik dan menarik) [13].

	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 Pertanyaan UEQ

Gambar 2 menunjukkan contoh pernyataan dalam kuesioner UEQ yang dapat digunakan untuk analisis pengalaman pengguna, di mana setiap aspek dinilai menggunakan skala 1 hingga 7[14] dikonversi menjadi nilai dengan interval -3 hingga 3, di mana nilai –3 menunjukkan respon paling negatif, nilai 0 menunjukkan respon netral, dan nilai +3 merepresentasikan respon paling positif. Aspek penilaian dalam instrumen ini diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu *Attractiveness* (daya tarik), *Pragmatic Quality* (kualitas pragmatis), dan *Hedonic Quality* (kualitas hedonik). Tujuan dari UEQ untuk mengukur pengalaman pengguna pada berbagai jenis produk, melakukan pengujian terhadap pengalaman tersebut, serta mengidentifikasi aspek-aspek produk yang masih memerlukan perbaikan[15]. Dalam penelitian ini, rancangan yang digunakan adalah within-subjects, di mana responden yang sama diminta untuk menilai dua aplikasi berbeda. Oleh karena itu, analisis perbedaan skor pengalaman pengguna antar aplikasi dilakukan menggunakan paired t-test

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

apabila data berdistribusi normal, atau alternatif non-parametrik seperti Wilcoxon signed-rank test jika asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Pada tahap keempat, proses pengolahan data dilakukan dengan mempersiapkan seluruh data yang telah dikumpulkan untuk dianalisis secara statistik. Dalam tahap ini, diperlukan pemeriksaan nilai Cronbach's Alpha diperlukan untuk menilai konsistensi jawaban pada setiap item pertanyaan dalam suatu aspek penilaian. Nilai koefisien Cronbach's Alpha yang rendah dapat mengindikasikan adanya kemungkinan kesalahan interpretasi pada beberapa item pertanyaan. Sebaliknya, apabila nilai koefisien mencapai ≥ 0,6, maka data hasil evaluasi UEQ dapat dianggap memiliki tingkat konsistensi yang baik. Kemudian peneliti memanfaatkan perangkat lunak khusus, yaitu UEQ Data Analysis Tools. Alat ini memfasilitasi analisis pengalaman pengguna untuk aplikasi SeaBank dan Bank Jago. Proses pengolahan data melibatkan analisis statistik hingga tahap benchmark, yang mengklasifikasikan hasil ke dalam lima kategori: *Excellent, Good, Above Average, Below Average,* dan *Bad.*

Tahap kelima mencakup proses analisis dan pembahasan hasil penelitian. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, peneliti memilih *User Experience Questionnaire* (UEQ) sebagai model dasar dalam penelitian ini. Untuk mendukung proses pengolahan dan analisis data, digunakan perangkat lunak UEQ. Data Analysis Tools, karena metode ini mampu mengukur aspek pragmatic dan hedonic secara komprehensif dalam mengevaluasi pengalaman pengguna. Data yang diperoleh dari responden akan dimasukkan ke dalam lembar kerja Excel untuk proses analisis lebih lanjut, kemudian akan mengalami proses konversi data yaitu urutan nilai (positif kanan dan negatif kiri) diacak dalam kuesioner untuk meminimalkan kecenderungan jawaban, Mayoritas item diawali dengan istilah yang bersifat negatif, sementara sisanya dimulai dengan istilah positif, yang disusun secara acak[16].

Pada tahap akhir penelitian, dilakukan proses penarikan kesimpulan berdasarkan hasil evaluasi serta analisis yang telah diperoleh dari seluruh tahapan sebelumnya. Kesimpulan ini disusun dengan tujuan untuk merangkum temuan utama penelitian secara sistematis, sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan di awal penelitian. Dalam tahap ini, peneliti juga melakukan identifikasi terhadap kelebihan dan kekurangan dari penelitian yang telah dilaksanakan.

4 Hasil dan Pembahasan

Pengukuran pengalaman pengguna aplikasi SeaBank dan Bank Jago dilakukan menggunakan pendekatan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Setiap responden diminta menjawab 26 butir pertanyaan untuk masing-masing aplikasi, sehingga total terdapat 52 pertanyaan yang diisi oleh setiap responden. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah 150 orang. Setiap item dinilai menggunakan skala 1 hingga 7. Data yang diperoleh kemudian dimasukkan ke dalam UEQ Data Analysis Tool yang diunduh dari situs resmi UEQ untuk dianalisis lebih lanjut.

4.1 Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik responden

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

No	Karkteristik responden	Kategori	Jumlah	%
1	Jenis Kelamin	Laki - laki	53	35%
		Perempuan	97	65%
		Total	**150**	**100%**
2	Usia	17-22	126	84%
		23-28	24	16%
		Total	**150**	**100%**
3	Pengalaman penggunaan kedua aplikasi	<3 bulan	32	21%
		3-6 bulan	65	44%
		>1 tahun	53	35%
		Total	**150**	**100%**
4	Intesitas Pengguna	1 - 3 kali	111	74%
		4 - 10 kali	35	23%
		11 - 20 kali	2	2%
		>20 kali	2	1%
		Total	**150**	**100%**

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa karakteristik responden menurut jenis kelamin didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 97 orang (65%), sedangkan laki-laki berjumlah 53 orang (35%). Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada rentang 17–22 tahun dengan persentase 84%. Adapun pengalaman menggunakan Seabank dan Bank Jago, mayoritas responden telah menggunakannya selama 3–6 bulan (44%). Sementara itu, intensitas penggunaan paling banyak terdapat pada kategori 1–3 kali, yakni sebanyak 111 responden atau 74%.

4.2 Uji Reabilitias

Tabel 2. Uji reabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	N of Item	Keterangan
Seabank	0,733	26	Realibel
Bank Jago	0,676	26	Realibel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2, nilai koefisien Cronbach's Alpha untuk kedua aplikasi bank digital menunjukkan angka di atas 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian yang menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) memiliki reliabilitas yang baik. Dengan demikian, apabila instrumen tersebut digunakan secara berulang untuk mengukur objek yang sama, hasil yang diperoleh akan tetap konsisten.

4.3 Uji *t-Test*

Uji *t-test* dilaksanakan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai *p-value* yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antar aplikasi pada aspek yang diuji. Pengujian ini dilakukan untuk enam kombinasi perbandingan dari keempat aplikasi *mobile ticketing*, dan ringkasan hasil analisis ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji *t-Test*

Skala UEQ	*Mean*		*p-Value*
	Seabank	Bank Jago	
Attractiveness	20,88	24,13	0,000
Perspicuity	16,09	16,11	0,906
Efficiency	16,62	16.13	0,021
Dependability	15,93	15,73	0,421
Stimulation	15,65	15,59	0,775
Novelty	16,83	16,29	0.044

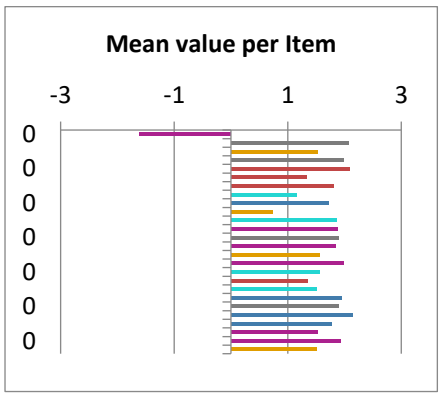
Berdasarkan hasil uji t pada tabel 3, perbedaan signifikan terlihat pada aspek *Attractiveness*, di mana Bank Jago (24,13) memiliki nilai rata-rata lebih tinggi dibandingkan Seabank (20,88) dengan p-

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna menilai tampilan dan daya tarik Bank Jago lebih unggul sehingga memberikan kesan yang lebih positif dibandingkan Seabank. Pada aspek *Efficiency*, perbedaan signifikan juga ditemukan dengan p-value 0,021, di mana Seabank memperoleh nilai rata-rata 16,62 yang lebih tinggi daripada Bank Jago (16,13). Hasil ini mengindikasikan bahwa pengguna menilai Seabank lebih efisien dalam mendukung aktivitas penggunaan aplikasi, seperti kecepatan akses fitur dan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi. Selanjutnya, perbedaan signifikan juga terjadi pada aspek *Novelty*, dengan p-value 0,044, di mana Seabank (16,83) dinilai lebih baik dibandingkan Bank Jago (16,29). Hal ini menunjukkan bahwa Seabank lebih mampu memberikan pengalaman baru atau fitur yang dianggap inovatif oleh pengguna. Sementara itu, pada aspek *Perspicuity*, *Dependability*, dan *Stimulation*, tidak ditemukan perbedaan signifikan (p-value > 0,05), yang berarti kedua aplikasi relatif setara dalam hal kejelasan penggunaan, keandalan sistem, serta stimulasi pengalaman pengguna.

4.4 Analisis *User Experience Questionnaire* Aplikasi Seabank

Setiap item dalam tabel dinilai menggunakan skala UEQ, yaitu mulai dari -3 (menunjukkan persepsi paling negatif), 0 (netral), hingga +3 (menunjukkan persepsi paling positif). Tabel tersebut menyajikan hasil nilai rata-rata (mean), varians, dan simpangan baku dari setiap item setelah melalui proses konversi data. Visualisasi dari hasil tersebut dapat dilihat pada Gambar 3 yang menampilkan grafik Mean Value per Item berdasarkan rata-rata impresi pengguna terhadap aplikasi.

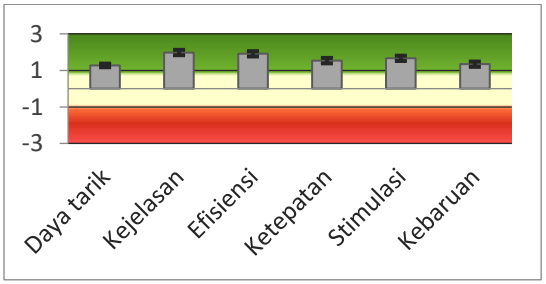


Gambar 3 Nilai rata-rata per item (pertanyaan) seabank

Sementara itu, akumulasi skala UEQ untuk setiap variabel (*attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, dan novelty*) pada aplikasi SeaBank ditampilkan pada Tabel 4 dan Gambar 4.

Tabel 4 Rata-rata impresi dan varian seabank

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Daya tarik	1.272	0.38
Kejelasan	1.978	0.84
Efisiensi	1.908	0.82
Ketepatan	1.535	0.87
Stimulasi	1.660	0.83
Kebaruan	1.340	0.82



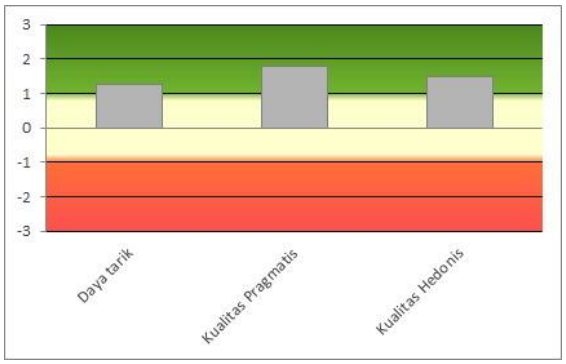
Gambar 4 Grafik rata-rata 6 variabel seabank

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

Nilai pada setiap skala dihitung untuk memperoleh rata-rata, yang selanjutnya digunakan dalam proses evaluasi. Untuk menentukan kategori penilaian, digunakan ambang batas interpretasi yaitu nilai antara -0,8 hingga 0,8 yang mengindikasikan evaluasi bersifat netral, nilai lebih dari 0,8 menunjukkan evaluasi positif, dan nilai kurang dari -0,8 menunjukkan evaluasi negatif. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, diketahui bahwa seluruh variabel, kecuali variabel Daya Tarik, memiliki nilai rata-rata di atas 0,8. Meskipun demikian, secara umum evaluasi terhadap pengalaman pengguna tetap berada dalam kategori positif, karena sebagian besar dimensi menunjukkan persepsi yang baik dari para responden. Selanjutnya, keenam variabel ini akan dianalisis lebih lanjut untuk mengevaluasi kualitas *pragmatic* dan *hedonic* dari aplikasi yang diuji.

Tabel 5 Kualitas pragmatis dan hedonis seabank

Pragmatic and Hedonic Quality	
Daya tarik	1.27
Kualitas Pragmatis	1.81
Kualitas Hedonis	1.50



Gambar 5. Grafik kualitas pragmatis dan hedonis seabank

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 5, diketahui bahwa aspek kualitas hedonis memiliki nilai rata-rata tertinggi 1,50, diikuti oleh kualitas pragmatis dengan nilai 1,81. Sementara itu, variabel Daya Tarik memperoleh nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 1,27. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa baik kualitas pragmatis maupun kualitas hedonis pada aplikasi Seabank memperoleh penilaian yang positif dari pengguna.

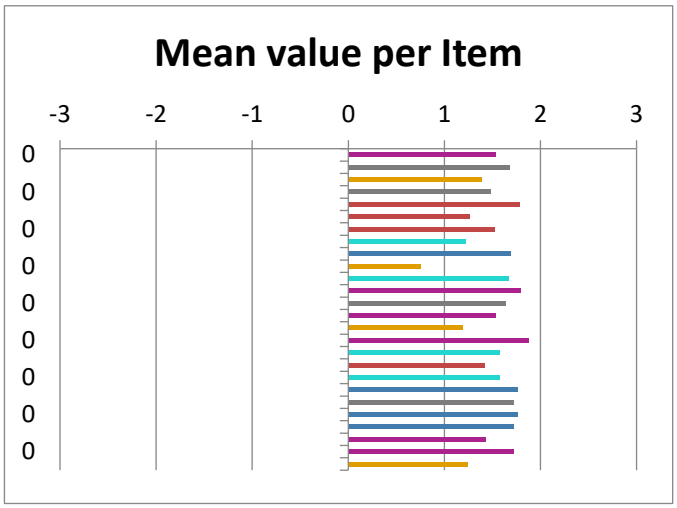
Tabel 6 Hasil komparasi benchmark seabank

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1.27	**Above average**	25% of results better, 50% of results worse
Kejelasan	1.98	**Good**	10% of results better, 75% of results worse
Efisiensi	1.91	**Excellent**	In the range of the 10% best results
Ketepatan	1.54	**Good**	10% of results better, 75% of results worse
Stimulasi	1.66	**Good**	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	1.34	**Good**	10% of results better, 75% of results worse

Berdasarkan hasil perbandingan *benchmark* yang ditampilkan pada Tabel 6, diketahui bahwa skala *Daya Tarik* memperoleh nilai rata-rata paling rendah dibandingkan skala lainnya, yaitu sebesar 1,27. Meskipun termasuk dalam kategori "*Above Average*", nilai ini masih berada di bawah skala lainnya dan hanya lebih baik dari 25% hasil evaluasi lain, dengan 50% hasil lainnya menunjukkan kinerja yang lebih baik. Oleh karena itu, aspek *Daya Tarik* perlu mendapatkan perhatian dan perbaikan lebih lanjut dari sisi *User Experience* agar aplikasi dapat tampil lebih menarik dan meningkatkan kesan pertama pengguna secara keseluruhan.

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

4.5 Analisis *User Experience Questionnaire* Aplikasi Bank Jago

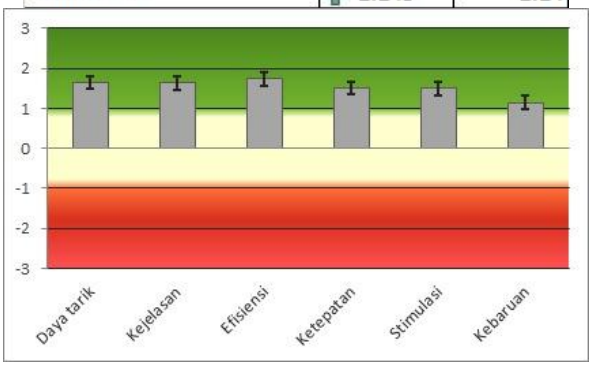


Gambar 6 Nilai rata-rata per item (pertanyaan) bank jago

Gambar 6 menunjukkan hasil pengukuran pengalaman pengguna dengan metode UEQ, di mana seluruh 26 item pernyataan cenderung mendapat respons positif. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna menilai pengalaman penggunaan aplikasi Bank Jago dengan baik, sehingga aplikasi dinilai cukup berhasil memenuhi aspek-aspek kualitas yang diukur.

Tabel 7 Rata-rata impresi dan varian bank jago

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Daya tarik	1.650	1.02
Kejelasan	1.632	1.12
Efisiensi	1.735	1.17
Ketepatan	1.513	1.03
Stimulasi	1.498	1.06
Kebaruan	1.145	1.14



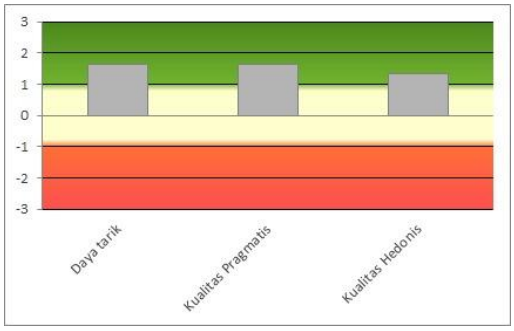
Gambar 7 Grafik rata-rata 6 variabel bank jago

Berdasarkan tabel 7 dan Gambar 7 merupakan grafik rata-rata dari enam skala pada UEQ. Seluruh skala terlihat berada dalam rentang warna kuning, yang menandakan bahwa hasil pengukuran berada pada tingkat sedang.Enam skala tersebut meliputi daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan.

Tabel 8 Kualitas pragmatis dan hedonis bank jago

Pragmatic and Hedonic Quality	
Daya tarik	1.65
Kualitas Pragmatis	1.63
Kualitas Hedonis	1.32

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719



Gambar 8. Grafik kualitas pragmatis dan hedonis bank jago

Berdasrkan tabel 8 dan gambar 8, aspek kualitas Daya tarik mencatat nilai rata-rata tertinggi 1,65, diikuti oleh kualitas Pragmatis dengan nilai 1,63. Sementara itu, variabel Hedonis memperoleh nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 1,32.

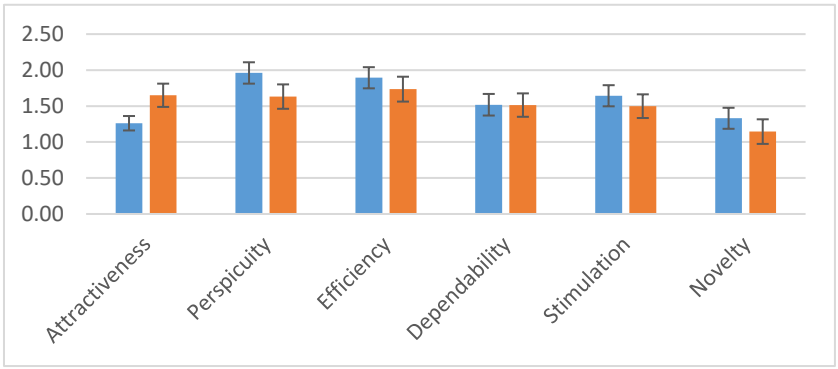
Tabel 9 Hasil komparasi benchmark bank jago

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1.65	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kejelasan	1.63	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1.74	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketepatan	1.51	Good	10% of results better, 75% of results worse
Stimulasi	1.50	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	1.15	Good	10% of results better, 75% of results worse

Hasil pengolahan data pada tabel 9 masing-masing skala menunjukkan performa yang cukup baik dan tidak ada yang masuk dalam kategori *bad* atau buruk. Skala Daya Tarik mencatat nilai rata-rata sebesar 1,65, diikuti oleh Kejelasan dengan 1,63, Efisiensi 1,73, Ketepatan 1,51, Stimulasi 1,50, dan Kebaruan dengan nilai rata-rata 1,15. Meskipun skala Kebaruan memiliki nilai rata-rata paling rendah dibandingkan skala lainnya, nilainya tetap berada dalam kategori *Good*.

4.6 Perbandingan Nilai Hasil *User Experience Questionnaire* Seabank dan Bank Jago

Dalam melakukan proses perbandingan, peneliti menggunakan tools khusus sesuai dengan petunjuk pada Handbook UEQ yang disusun oleh Martin Schrepp. Alat bantu tersebut bernama UEQ Compare Products Tool, yang berfungsi untuk mengolah dan membandingkan hasil evaluasi pengalaman pengguna dari dua atau lebih produk berdasarkan metode UEQ. Pada penelitian ini, UEQ Compare Products Tool digunakan untuk membandingkan hasil evaluasi pengalaman pengguna aplikasi Seabank dan Bank Jago, berdasarkan rata-rata (*mean*) dari setiap skala UEQ yang telah dihitung dari keseluruhan item pernyataan yang tergolong dalam masing-masing skala.



Gambar 9 Grafik perbandingan seabank dan bank jago

Perbandingan nilai rata-rata antara kedua platform dapat dilihat pada Gambar 9 yang menampilkan data hasil evaluasi berdasarkan enam dimensi dalam metode UEQ. Dimensi-dimensi tersebut mencakup aspek *Attractiveness*, *Perspicuity*, Efficiency, *Dependability*, *Stimulation*, serta *Novelty* dari masing-masing aplikasi yang dianalisis.

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner melalui metode *User Experience Questionnaire* (UEQ), didapatkan hasil berupa nilai rata-rata. untuk masing-masing dimensi pengalaman pengguna

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

pada kedua aplikasi, yaitu Bank Jago dan Seabank. Pada dimensi *Attractiveness*, aplikasi Bank Jago memperoleh nilai rata-rata yang lebih tinggi sebesar 1,65 dibandingkan Seabank yang memperoleh nilai 1,26. Sebaliknya, pada dimensi *Perspicuity*, aplikasi Seabank menunjukkan performa yang lebih baik dengan nilai rata-rata sebesar 1,96, sementara Bank Jago memperoleh nilai 1,63.

Dari aspek *Efficiency* aplikasi Seabank kembali mencatat skor rata-rata yang lebih tinggi, yaitu 1,89, sedangkan Bank Jago memperoleh skor rata-rata sebesar 1,74. Pada dimensi *Dependability*, Seabank mencatat nilai rata-rata yang sedikit lebih tinggi sebesar 1,52 dibandingkan Bank Jago yang memperoleh nilai 1,51. Begitu pula pada dimensi *Stimulation*, Seabank menunjukkan keunggulan dengan nilai rata-rata sebesar 1,64, sedangkan Bank Jago memperoleh nilai 1,50. Terakhir, pada dimensi *Novelty*, Seabank kembali mencatat nilai rata-rata yang lebih tinggi sebesar 1,33 dibandingkan Bank Jago yang memperoleh nilai 1,15.

Secara keseluruhan, Seabank menunjukkan kinerja yang lebih unggul dalam sebagian besar dimensi pengalaman pengguna, khususnya pada aspek kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Sementara itu, Bank Jago menonjol pada dimensi daya tarik, yang menunjukkan kekuatannya dalam memberikan kesan awal yang positif kepada pengguna. Kedua aplikasi memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Seabank memberikan pengalaman pengguna yang lebih stabil dan menyeluruh, sedangkan Bank Jago memiliki potensi besar dalam membangun daya tarik visual dan interaksi awal. Untuk meningkatkan daya saing di pasar layanan keuangan digital, perbaikan berkelanjutan tetap diperlukan oleh kedua aplikasi, terutama dalam dimensi-dimensi yang menunjukkan nilai lebih rendah, untuk memastikan pengalaman pengguna yang maksimal dan tetap konsisten.

5 Kesimpulan

Hasil analisis pengalaman pengguna dengan metode UEQ menunjukkan bahwa Generasi Z menilai aplikasi SeaBank dan Bank Jago memiliki tingkat efektivitas yang cukup baik. Penelitian ini melibatkan 150 responden dan 26 item pertanyaan dengan skala penilaian dari 1 hingga 7. Secara keseluruhan, aplikasi Seabank menunjukkan performa yang lebih unggul dibandingkan Bank Jago. Berdasarkan evaluasi *User Experience* terhadap aplikasi Seabank dan Bank Jago, terlihat bahwa keduanya memperoleh penilaian positif dalam berbagai aspek. Pada variabel *Attractiveness*, Bank Jago unggul dengan penilaian "*Good*" dan nilai mean tertinggi (1.65), sementara Seabank berada pada kategori "*Above Average*" (1.27), menunjukkan bahwa Bank Jago lebih berhasil dalam menarik perhatian pengguna secara visual dan emosional. Untuk variabel *Perspicuity*, Seabank mendapatkan penilaian "*Good*" dengan nilai mean 1.98, sedangkan Bank Jago hanya meraih kategori "*Above Average*" (1.63), yang mengindikasikan bahwa antarmuka Seabank dinilai lebih jelas dan mudah dipahami. Perbedaan signifikan terlihat pada variabel *Efficiency*, di mana Seabank mendapatkan kategori "*Excellent*" (1.91), jauh mengungguli Bank Jago yang berada pada kategori "*Good*" (1.74), menandakan bahwa pengguna menganggap proses transaksi dan penggunaan di Seabank lebih efisien. Pada variabel *Dependability* atau ketepatan, kedua aplikasi memperoleh penilaian "*Good*", namun Seabank sedikit unggul dengan nilai 1.54 dibandingkan Bank Jago (1.51), menunjukkan bahwa keduanya dinilai cukup dapat diandalkan. Selanjutnya, pada aspek *Stimulation* dan *Novelty*, Seabank kembali unggul dengan nilai masing-masing 1.66 dan 1.34, dibandingkan Bank Jago yang mencatat nilai 1.50 dan 1.15, mengindikasikan bahwa Seabank memberikan pengalaman pengguna yang lebih menyenangkan dan inovatif. Berdasarkan hasil perbandingan, dapat disimpulkan bahwa Seabank lebih unggul dalam lima aspek utama yaitu kejelasan, efisiensi, keandalan, stimulasi, dan kebaruan. Sementara itu, Bank Jago hanya unggul pada satu aspek yaitu daya tarik. Hasil uji t-test menunjukkan bahwa perbedaan signifikan ditemukan pada aspek *Attractiveness* ($p = 0{,}000$), di mana Bank Jago unggul dibandingkan Seabank, serta pada aspek *Efficiency* ($p = 0{,}021$) dan *Novelty* ($p = 0{,}044$), di mana Seabank lebih unggul daripada Bank Jago. Sementara itu, pada aspek *Perspicuity*, *Dependability*, dan *Stimulation* tidak terdapat perbedaan signifikan ($p > 0{,}05$), sehingga kedua aplikasi dinilai setara dalam hal kejelasan, keandalan, dan stimulasi pengalaman pengguna.

Meskipun penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai pengalaman pengguna aplikasi SeaBank dan Bank Jago, terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah responden hanya terbatas pada 150 orang dari kalangan Generasi Z, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh kelompok usia atau segmen pengguna. Kedua, teknik purposive sampling berpotensi

 ISSN:2302-8149
e-ISSN:2540-9719

menimbulkan bias karena hanya merepresentasikan karakteristik tertentu yang sesuai dengan kriteria penelitian. Selain itu, instrumen penelitian hanya menggunakan UEQ, sehingga dimensi lain yang berpotensi memengaruhi pengalaman pengguna, seperti kepuasan jangka panjang atau loyalitas, belum terungkap secara mendalam.Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan mencakup kelompok usia yang lebih beragam agar hasil lebih representatif. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) seperti wawancara mendalam atau analisis sentimen dari ulasan pengguna juga dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik. Selain itu, penelitian di masa depan dapat membandingkan lebih banyak aplikasi digital banking di Indonesia sehingga diperoleh gambaran menyeluruh tentang faktor-faktor yang menentukan kualitas pengalaman pengguna.

Referensi

[1] J. Normando and S. Theofany, "Misi *Cyberphysical* sebagai Sarana Penginjilan Efektif terhadap *Digital Natives* di *Era Society 5.0 Cyberphysical Missions as an Effective Means of Evangelism Towards Digital Natives in The Era of Society 5.0*," *Moderat J. Ilm. Ilmu Pemerintah.*, Vol. 8, No. 2, pp. 269–283, 2023, DOI: 10.25157/moderat.v8i2.2703.

[2] A. N. Rinjani, K. A. Nandika, S. Dahnaily, M. Nafisiyah, and I. S. Fauziyah, "Pengaruh Bank Digital terhadap Minat Gen Z," *Indones. J. Econ. Manag. Account.*, Vol. 1, No. 4, pp. 210–215, 2024.

[3] A. H. Nugraha, "Analisis Perbandingan *User Experience (UX)* pada Aplikasi *Netflix* dengan *Disney+ Hotstar* menggunakan Metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*," *J. Penelit. Teknol. Inf. dan Sains*, Vol. 2, No. 2, pp. 100–114, 2024, DOI: 10.54066/jptis.v2i2.1944.

[4] M. C. Batubara and T. Anggraini, "Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam menggunakan Produk Perbankan Syariah," *J. Masharif Al-Syariah J. Ekon. dan Perbank. Syariah*, Vol. 7, No. 2, pp. 706–725, 2022, [Online]. Available: http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index

[5] M. Mujinga, "*Online Banking User Experience : A User Experience Questionnaire (UEQ) Assessment in South Africa*," Vol. 6, No. 2, pp. 117–129, 2024.

[6] D. Ulhaq, A. P. A. Masa, and H. J. Setyadi, "Analisis Perbandingan *User Experience* Aplikasi *E-Commerce Shopee* dan *Tokopedia* menggunakan Metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*," *Adopsi Teknol. dan Sist. Inf.*, Vol. 3, No. 1, pp. 37–44, 2024, DOI: 10.30872/atasi.v3i1.1183.

[7] R. B. Raihansha, S. H. Wijoyo, W. Hayuhardhika, and N. Putra, "Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Aplikasi Investasi Bibit dan Ajaib dengan Metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*," Vol. 1, No. 1, pp. 1–7, 2017.

[8] M. Susanti, A. Wahyuni, P. Studi, S. Informasi, F. T. Informasi, and U. N. Mandiri, "Perbandingan *User Experience* Aplikasi Dompet Digital pada Mahasiswa menggunakan Metode UEQ (*User Experience Questionnaire*)," Vol. 4, No. 2, pp. 296–311, 2024.

[9] N. O. Hendrawan, E. Muhammad, A. Jonemaro, and M. T. Ananta, "Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Halodoc dan Alodokter menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)*," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, Vol. 7, No. 3, pp. 1030–1038, 2023, [Online]. Available: http://j-ptiik.ub.ac.id

[10] W. A. P. Simamora, Adiyanto, "Evaluasi *User Experience* pada Aplikasi Bank Digital Seabank menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)*".

[11] F. D. N. Annisa, J. N. U. Jaya, and S. Surmiati, "Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi *E-Wallet OVO* dan *GOPAY* dengan Metode *User Experience Questionnaire*," *J. Inf. Syst. Res.*, Vol. 3, No. 3, pp. 242–251, 2022, DOI: 10.47065/josh.v3i3.1527.

[12] S. Rohmah and M. Ary, "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Pinjaman Online menggunakan Metode *Usability Testing* dan *User Experience Questionnaire* (Studi kasus pada Akulaku …," *JSI J. Sist. Inf.*, Vol. 5, No. 6, pp. 2118–2124, 2021, [Online]. Available: https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/article/view/15085/0

[13] Y. Wijayanti, S. Suyoto, and A. T. Hidayat, "Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi *Seluler Visiting* Jogja menggunakan Metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*," *J.*

Janitra Inform. dan Sist. Inf., Vol. 3, No. 1, pp. 10–17, 2023, DOI: 10.25008/janitra.v3i1.169.

[14] D. Danendra, N. Oktadini, P. E. Sevtiyuni, A. Meiriza, and P. Putra, "Analisis *User Experience* pada *Website Dicoding* menggunakan Metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*," *Indones. J. Comput. Sci.*, Vol. 12, No. 5, pp. 3103–3113, 2023, DOI: 10.33022/ijcs.v12i5.3456.

[15] A. Syaifullah, M. L. Hamzah, A. Anofrizen, and S. Syaifullah, "Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna dan Kualitas Layanan pada Aplikasi DANA dan OVO menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* dan I*mportance Performance Analysis*," *J. Teknol. Sist. Inf. dan Apl.*, Vol. 7, No. 3, pp. 1128–1139, 2024, DOI: 10.32493/jtsi.v7i3.40512.

[16] R. Umar, A. Z. Ifani, F. I. Ammatulloh, and M. Anggriani, "Analisis Sistem Informasi Web LSP UAD menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)," *METHOMIKA J. Manaj. Inform. dan Komputerisasi Akunt.*, Vol. 4, No. 2, pp. 173–178, 2021, DOI: 10.46880/jmika.vol4no2.pp173-178.