

ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA (*IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*) NILAI KEGUNAAN APLIKASI *M-COMMERCE* (Studi Kasus: Gojek dan Grab)

Fatiya Rahmita Elyasa¹, Sugito², Agus Rusgiono³

^{1,2,3}Departemen Statistika, Fakultas Sains dan Matematika, Universitas Diponegoro

*e-mail: fatiyarahmita@gmail.com

DOI: 10.14710/j.gauss.13.1.70-78

Article Info:

Received: 2023-06-05

Accepted: 2024-09-25

Available online: 2024-09-26

Keywords:

Usability, Importance-Performance Analysis, User Experience Questionnaire (UEQ)

Abstract: Good application quality can bring user satisfaction to form user's loyalty and trust in the company. The level of user satisfaction is different between Gojek and Grab even though each them has similarities in application features. Gojek and Grab are trying to make position as the most popular by the community in getting people's needs quickly and efficiently with huge competitive. This study aims to analyze and compare the usability qualities of Gojek and Grab based on the User Experience Questionnaire (UEQ) approach on the dimensions of attractiveness, perception, efficiency, dependability, stimulation and novelty. Measurements are made using Importance-Performance Analysis to graphically measure customer satisfaction so that service quality improvement priorities can be established. The data was collected by questionnaire to 32 selected respondents who accessed the Gojek and Grab applications in the Greater Jakarta area in August-December 2022. Based on the results of the study, the position of the usability quality attributes in Gojek and Grab was visually almost the same for each IPA quadrant. The Gojek application is superior in 5 dimensions to Grab, in terms of attractiveness, perception, dependability, stimulation, and novelty. Grab has one dimension that is superior to Gojek, in terms efficiency.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mampu mengubah tren pemasaran yang awalnya bertransaksi secara tradisional menuju model daring (dalam jaringan) melalui internet atau dikenal dengan istilah *e-commerce*. Kemp (2021) dalam hasil survei *Digital 2021 April Global Statshot Report* menyatakan bahwa negara tertinggi di dunia yang menggunakan layanan *e-commerce* adalah Indonesia yaitu sebesar 88,1%. Fakta tersebut menunjukkan peluang yang luar biasa bagi perusahaan pada digitalisasi proses bisnis dengan tujuan memberikan kemudahan pencarian informasi dalam bertransaksi.

Inovasi perangkat seluler hingga kini sangat memudahkan transaksi jual beli barang secara daring, baik dari segi integrasi, navigasi, dan teknologi yang lebih canggih. Kemp (2022) menyatakan bahwa jumlah pengguna *handphone* di Indonesia mencapai 370,1 juta, dengan total pengguna internet sebesar 204,7 juta pada Januari 2022. Pernyataan tersebut menjadikan perusahaan-perusahaan saat ini memanfaatkan potensi peluang tersebut dengan memunculkan inovasi transaksi berbasis aplikasi yang dapat diunduh dengan *smartphone* atau perangkat *mobile* lainnya (*m-commerce*).

Gojek dan Grab merupakan dua kompetitor perusahaan bisnis layanan *start up* terbesar di Indonesia. Perusahaan Gojek dan Grab menggunakan basis berupa: (1) transportasi yang dipesan secara *online*, (2) pesan-antar makanan, (3) pembayaran digital, dan (4) belanja kebutuhan harian. Gojek dan Grab terus berebut pangsa pasar sehingga memiliki persaingan ketat dalam mengembangkan fitur-fitur pada aplikasi serta layanannya. Dengan adanya

persaingan kompetitif, Gojek dan Grab memposisikan aplikasi masing-masing sebagai yang paling digemari oleh masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan masyarakat secara cepat dan efisien. Masing-masing aplikasi dapat menggunakan *positioning* atau penempatan persepsi di benak pengguna untuk mengetahui posisi kualitas nilai kegunaan (*usability*).

User experience questionnaire (UEQ) menggunakan nilai kegunaan (*usability*) untuk mengetahui seberapa puas atau baik kinerja kegunaan produk atau layanan (Schrepp, 2017). Kuesioner UEQ telah teruji secara ilmiah untuk mengukur aspek pengalaman pengakses, namun tidak menampilkan rekomendasi dalam aspek yang membutuhkan tindakan (Hinderks dkk, 2019). Studi dan validasi pendekatan penelitian yang dilaksanakan oleh Hinderks dkk (2019) menunjukkan hasil bahwa tindak lanjut dapat dilakukan untuk aspek-aspek yang perlu ditingkatkan kepada layanan yang diteliti dengan menggunakan metode Analisis Kepentingan dan Kinerja (*Importance-Performance Analysis*).

Penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Khuntari (2022) menggunakan UEQ untuk mengetahui perbedaan pengalaman pengguna saat menggunakan Gojek dan Grab. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Gojek lebih unggul dari aplikasi dalam dimensi kejelasan dan kebaruan sementara Grab lebih unggul dalam dimensi efisiensi, ketergantungan dan stimulasi. Penelitian serupa juga dilaksanakan oleh Ananda dkk (2021) dengan menggabungkan metode Analisis Kepentingan dan Kinerja (IPA) dan UEQ. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran kepuasan pengguna dapat disajikan secara grafis sehingga rekomendasi tindakan dapat dibentuk. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta membandingkan nilai kegunaan (*usability*) aplikasi Gojek dan Grab dalam grafik kuadran IPA.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Preece dkk, (2002) menyatakan bahwa nilai kegunaan (*usability*) umumnya dianggap sebagai kepastian, yaitu: produk interaktif mudah untuk dipelajari, efektif saat digunakan, dan menyenangkan dari sudut pandang pengguna. Schreep dkk (2017) menjelaskan bahwa pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu produk interaktif dapat diukur dengan menggunakan *user experience questionnaire* (UEQ). UEQ memiliki enam dimensi serta 26 atribut kuesioner, dimana masing-masing dimensi memiliki beberapa atribut yang tertera:

1. *Attractiveness* (daya tarik), merupakan dimensi yang berkaitan dengan kesan umum pengguna atas produk, suka atau tidak suka. Dimensi *attractiveness* berisikan atribut: menyenangkan, baik, menggembarakan, nyaman, atraktif, dan ramah pengguna.
2. *Perspicuity* (mudah dipahami), merupakan dimensi yang berkaitan dengan kemudahan dalam memahami pemakaian produk dan membiasakannya. Dimensi *perspicuity* berisikan atribut: dapat dipahami, mudah dipelajari, mudah, dan jelas.
3. *Efficiency* (efisiensi), merupakan dimensi yang berkaitan dengan kemungkinan pemakaian produk dengan cepat dan efisien, dan keterorganisasian antarmuka. Dimensi *efficiency* berisikan atribut: cepat, efisien, praktis, terorganisasi.
4. *Dependability* (ketepatan), merupakan dimensi yang berkaitan dengan perasaan pengguna dalam interaksi, keamanan dan memenuhi harapan. Dimensi *dependability* berisikan atribut: dapat diprediksi, mendukung, aman, dan memenuhi ekspektasi.
5. *Stimulation* (motivasi), merupakan dimensi yang berkaitan dengan hal yang membuat menarik dan menyenangkan untuk pengguna produk, dan motivasi pengguna ingin lebih memakainya. Dimensi *stimulation* berisikan atribut: bermanfaat, mengasyikkan, menarik, dan memotivasi.
6. *Novelty* (kebaruan), merupakan dimensi yang berkaitan dengan desain produk yang inovatif dan kreatif, dan menarik perhatian untuk pengguna. Dimensi *novelty* berisikan atribut: kreatif, berdaya cipta, terdepan, dan inovatif.

Arikunto (2010) menyatakan bahwa validitas setiap butir pertanyaan ditunjukkan dengan seberapa jauh hasil ukur butir pernyataan dapat dinyatakan valid dengan hasil ukur secara keseluruhan. Validasi tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi antara nilai butir pernyataan terhadap nilai total. Alat pengukur dapat dinyatakan secara valid jika hasil nilai setiap butir atribut pertanyaan memiliki korelasi secara signifikan terhadap hasil nilai total pada tingkat alfa tertentu. Validitas yang didapatkan dengan menggunakan metode tersebut disebut sebagai validitas isi, yaitu cara validasi dimana teknik pengerjaan validitas menggunakan analisis butir. Perhitungan korelasi validitas butir pernyataan menggunakan korelasi *Rank Spearman*. Hal tersebut dikarenakan data pada penelitian yang dilaksanakan di dalam penelitian ini merupakan data berskala ordinal. Koefisien *Rank Spearman* dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n^3 - n} \quad (1)$$

dengan,

r_s = koefisien korelasi Rank Spearman.

d_i^2 = kuadrat dari selisih pasangan peringkat ke-i.

n = ukuran sampel (responden).

Selanjutnya, nilai r_s hasil perhitungan dibandingkan dengan $r_{tabel(\alpha,n)}$. Jika nilai $r_s > r_{tabel(\alpha,n)}$, maka item pertanyaan dianggap sesuai atau valid.

Arikunto (2010) menyatakan bahwa apabila suatu instrumen dinyatakan sudah baik, maka instrumen sudah dapat dipercaya dan digunakan untuk alat pengumpul data-data. Hasil perhitungan data akan tetap sama atau konsisten meskipun data tersebut diambil berulang kali, jika data tersebut sesuai dengan kondisi kenyataannya. Data skala ordinal dapat menggunakan teknik perhitungan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$\alpha_c = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (2)$$

dengan,

α_c = Koefisien reliabilitas/*Cronbach's Alpha*

k = Jumlah variabel indikator (i = 1,2,...,k).

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian nilai untuk setiap variabel indikator.

σ_t^2 = Total keseluruhan varian.

Nilai koefisien minimal untuk koefisien reliabilitas (α_c) yang dibutuhkan untuk alat ukur adalah 0,60. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas (α_c) yang didapatkan adalah >0,6 dan menunjukkan suatu hubungan yang cukup kuat (Murti, 2011).

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa analisis kepentingan dan kinerja dapat digunakan untuk membuat peringkat/*ranking* untuk berbagai macam elemen dari kumpulan jasa, dan mengidentifikasi tindakan yang perlu untuk dilaksanakan. Analisis kepentingan dan kinerja digambarkan dalam bentuk diagram kartesius, yaitu suatu bangun dibagi dalam empat kuadran yang dibatasi dengan dua garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik X dan titik Y (Supranto, 2006 dalam Sahfitri, 2017). Nilai X adalah rata-rata nilai hasil kerja yang dirasakan, dan nilai Y adalah rata-rata nilai harapan kepuasan pengguna.

Perhitungan rata-rata penilaian kinerja dan harapan untuk setiap atribut pertanyaan, dapat dilaksanakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (3)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (4)$$

dengan,

\bar{X} = Rata-rata nilai untuk kinerja aplikasi.

\bar{Y} = Rata-rata nilai untuk harapan pengakses.

n = Jumlah responden atau pengguna.

Hasil peta yang didapatkan kemudian dibagi dalam empat kuadran, dan dibatasi oleh dua garis yang saling tegak lurus dari titik-titik, dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{k} \quad (5)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{k} \quad (6)$$

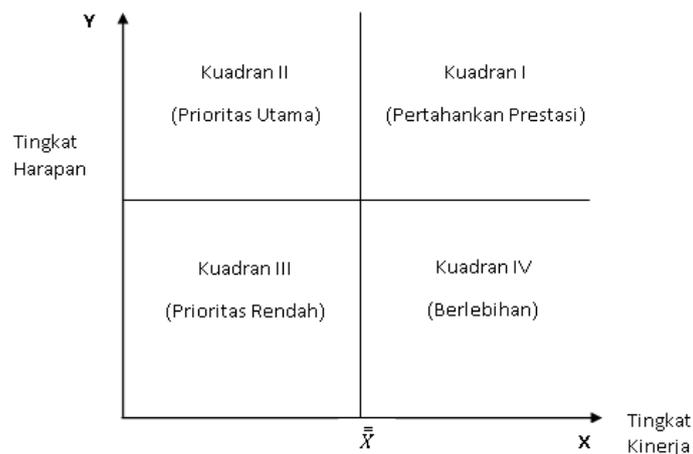
dengan,

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata nilai kinerja aplikasi semua atribut.

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata nilai harapan pengakses semua atribut.

k = Banyaknya jumlah atribut.

Martilla dan James (1977) menyatakan bahwa hasil dari perhitungan titik persamaan kinerja aplikasi dan harapan pengakses serta rata-rata penilaian kinerja dan harapan dapat dibentuk suatu kuadran dalam diagram kartesius, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Peta Kuadran *Importance-Performance Analysis*

Strategi atau susunan rencana yang dapat dilaksanakan untuk posisi dari setiap variabel pada empat kuadran tersebut, yaitu:

1. Kuadran I (prestasi), menunjukkan suatu atribut pantas untuk terus dipertahankan atas hasil kerja yang sudah diperoleh. Atribut pada kuadran I dianggap penting, dan diharapkan sebagai faktor yang dapat menunjang kepuasan bagi pengguna layanan jasa. Tingkat kepuasan yang didapatkan relatif tinggi karena atribut pada kuadran I sudah sesuai dengan yang dirasakan pengguna.
2. Kuadran II (prioritas utama), menunjukkan suatu atribut diperlukan dan diharapkan bagi pengguna layanan jasa, tetapi hasil kerja dari aplikasi belum memuaskan atau tingkat kepuasan rendah bagi pengguna jasa. Pihak perusahaan sebagai pihak yang menyediakan layanan jasa, harus segera memprioritaskan peningkatan kinerja pada atribut-atribut pada kuadran II.
3. Kuadran III (prioritas rendah), menunjukkan suatu atribut dianggap tidak penting oleh pengguna layanan jasa, dan hasil kerja yang diberikan oleh aplikasi masih

- rendah untuk pengguna. Peningkatan atribut dapat menjadi bahan pertimbangan kembali, karena pengaruh yang dirasakan pengguna layanan jasa masih sangat kecil. Perusahaan tidak perlu menjadikan atribut pada kuadran III sebagai prioritas.
4. Kuadran IV (berlebihan), menunjukkan suatu hasil kerja yang dilaksanakan oleh perusahaan sangat berlebihan bagi pengguna layanan. Atribut yang terdapat di dalam kuadran IV dianggap kurang terlalu penting oleh pengguna. Perusahaan disarankan untuk memberikan tenaga lebih untuk atribut-atribut lainnya yang lebih penting dan menjadi prioritas untuk pengguna aplikasi.

3. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yang didapatkan dari hasil kuesioner persepsi kepuasan pada penggunaan aplikasi Gojek dan Grab. Kuesioner diberikan secara daring/*online* dengan menggunakan layanan aplikasi *google form* kepada responden pengakses aplikasi Gojek dan Grab di wilayah Jabodetabek dengan minimal umur 17 tahun pada bulan Agustus-Desember 2022. Sampel penelitian yang diperoleh sebanyak 32 responden dengan teknik *purposive random sampling*. Penyusunan kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan tujuh nilai tingkatan, mulai dari nilai satu (1) yaitu sangat tidak setuju dengan kode STS, hingga nilai tujuh (7) yaitu sangat setuju dengan kode SS.

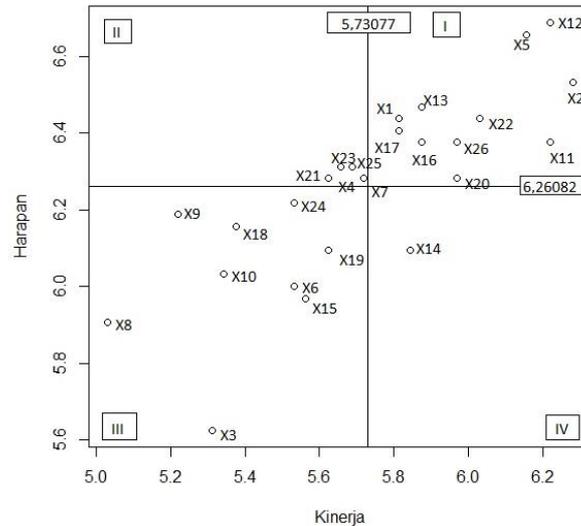
Pengolahan dan analisis data menggunakan metode Analisis Kepentingan dan Kinerja (*Importance-Performance Analysis*). Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak yaitu: *R* dan *Microsoft Excel*. Tahapan-tahapan analisis yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Uji validitas instrumen terhadap data kuesioner 30 responden.
2. Uji reliabilitas instrumen terhadap data kuesioner 30 responden.
3. Rekapitulasi data yang didapatkan dari kuesioner pada software Ms.Excel
4. Analisis kepentingan dan hasil kerja dari nilai harapan, dan peta kuadran grafik IPA digunakan untuk menyajikan fakta-fakta dari hasil kuesioner.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data dengan *software R* menunjukkan bahwa nilai r_s untuk semua indikator $> r_{tabel(0,05;30)}$ adalah 0,362. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator sebagai komponen pertanyaan dianggap valid sebagai instrumen pengukuran kualitas aplikasi Gojek dan Grab, sehingga dapat digunakan untuk melaksanakan pengukuran.

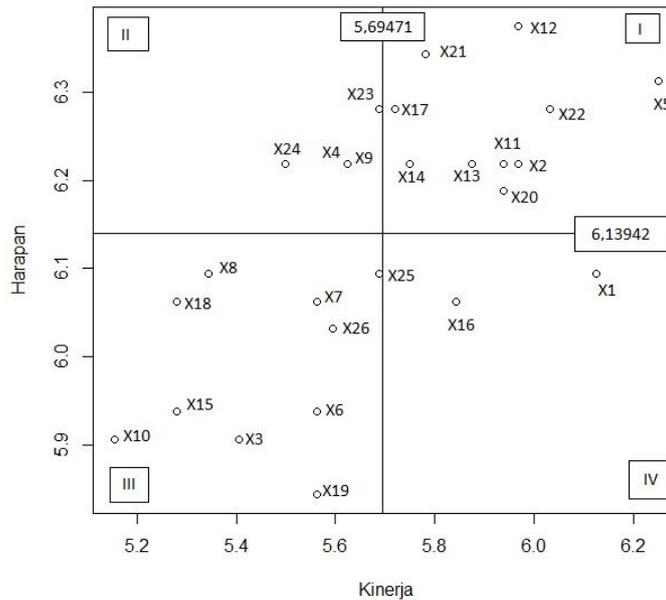
Hasil output *R* menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas yang didapatkan pada dimensi (daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan) memiliki nilai lebih dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator kualitas nilai kegunaan sebagai pertanyaan yang diberikan kepada responden adalah reliabel atau konsisten.



Gambar 2. Peta Kuadran *Importance-Performance Matrix* Gojek

Persebaran atribut indikator kualitas nilai kegunaan (*usability*) aplikasi Gojek secara lebih rinci adalah sebagai berikut:

1. Indikator kuadran I menunjukkan hasil yang penting untuk pengguna karena tingkat fakta dan tingkat harapan pengguna sama-sama tinggi. Gojek sebagai penyedia jasa telah memberikan pelayanan yang baik pada atribut-atribut tersebut sehingga pengguna dapat diasumsikan puas. Oleh karena itu, pihak Gojek harus mempertahankan kinerja dan kualitas pelayanannya pada atribut-atribut di kuadran ini yaitu X1 (menyenangkan), X2 (baik), X5 (atraktif), X11 (cepat), X12 (efisien), X13 (praktis), X16 (mendukung), X17 (aman), X20 (mengasyikkan), X22 (memotivasi), dan X26 (inovatif).
2. Indikator kuadran II menunjukkan hasil yang penting untuk pengguna, tetapi pelayanan yang diberikan oleh Gojek dirasa masih kurang sehingga pengguna merasa kurang puas. Kuadran II menunjukkan tingkat harapan tinggi namun tingkat fakta atau kinerja Gojek rendah. Hal tersebut menjadi evaluasi bagi pihak Gojek untuk meningkatkan kualitas pelayanannya pada atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu X4 (nyaman), X7 (dapat dipahami), X21 (menarik), X23 (kreatif), dan X25 (terdepan).
3. Indikator kuadran III menunjukkan hasil yang tidak terlalu penting untuk pengguna, sehingga belum atau tidak perlu untuk dievaluasi karena kuadran III menunjukkan tingkat fakta dan harapan yang sama-sama rendah. Pengguna tidak terlalu mempermasalahkan rendahnya kinerja pada atribut yang terdapat pada kuadran ini. Atribut yang ada pada kuadran III adalah X3 (menggembirakan), X6 (ramah pengguna), X8 (mudah dipelajari), X9 (mudah), X10 (jelas), X15 (dapat diprediksi), X18 (memenuhi ekspektasi), X19 (bermanfaat), dan X24 (berdaya cipta).
4. Indikator kuadran IV menunjukkan hasil yang belum atau tidak perlu oleh pengguna, sehingga belum atau tidak perlu diprioritaskan, namun kinerja dianggap berlebihan. Kuadran IV menunjukkan tingkat fakta atau kinerja Gojek tinggi namun tingkat harapan pengguna rendah. Indikator yang berada pada kuadran ini adalah X14 (terorganisasi).

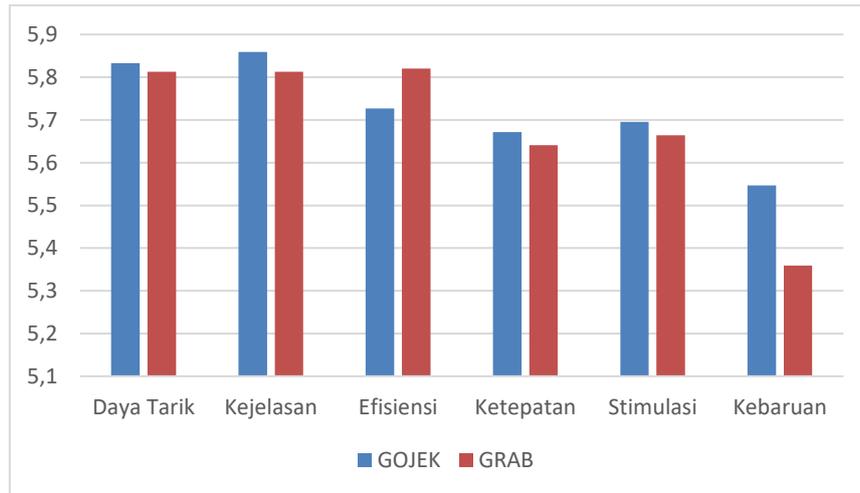


Gambar 3. Peta Kuadran *Importance-Performance Matrix* Grab

Persebaran atribut indikator kualitas nilai kegunaan (*usability*) aplikasi Grab secara lebih rinci adalah sebagai berikut:

1. Indikator pada kuadran I, dianggap sebagai indikator yang penting oleh pengguna karena tingkat fakta dan tingkat harapan pengguna sama-sama tinggi. Grab sebagai penyedia layanan jasa sudah memberikan pelayanan yang baik pada atribut-atribut tersebut, dan pengguna dapat diasumsikan puas. Pihak Grab harus mempertahankan kinerja dan kualitas pelayanannya pada atribut-atribut di kuadran I, yaitu: X2 (baik), X5 (atraktif), X11 (cepat), X12 (efisien), X13 (praktis), X14 (terorganisasi), X17 (aman), X20 (mengasyikkan), X21 (menarik), dan X22 (memotivasi).
2. Indikator pada kuadran II, dianggap sebagai indikator yang penting oleh pengguna tetapi pelayanan yang diberikan oleh pihak Grab dirasa masih kurang sehingga pengguna layanan jasa masih merasa kurang puas. Kuadran II menunjukkan tingkat harapan tinggi namun tingkat fakta atau kinerja Grab rendah. Hal tersebut menjadi evaluasi bagi pihak Grab untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada atribut yang terdapat pada kuadran II, yaitu: X4 (nyaman), X9 (mudah), X23 (kreatif), dan X24 (berdaya cipta).
3. Indikator pada kuadran III, dianggap sebagai indikator yang tidak terlalu penting sehingga tidak atau belum perlu untuk dievaluasi. Hal tersebut dikarenakan, kuadran III menunjukkan tingkat fakta dan harapan yang sama-sama rendah. Pengguna tidak terlalu mempermasalahkan rendahnya kinerja pada atribut yang terdapat pada kuadran III, yaitu: X3 (menggembirakan), X6 (ramah pengguna), X7 (dapat dipahami), X8 (mudah dipelajari), X10 (jelas), X15 (dapat diprediksi), X18 (memenuhi ekspektasi), X19 (bermanfaat), X25 (terdepan), dan X26 (inovatif).
4. Indikator pada kuadran IV, dianggap sebagai indikator yang tidak atau belum diperlukan oleh pengguna layanan jasa sehingga tidak perlu diprioritaskan. Kinerja yang diberikan oleh pihak layanan jasa dianggap berlebihan. Kuadran IV menunjukkan tingkat fakta kinerja Grab tinggi, tetapi tingkat harapan pengguna rendah. Indikator yang terdapat pada kuadran IV, yaitu: X1 (menyenangkan) dan X16 (mendukung).

Sesudah dilaksanakan pengukuran rata-rata penilaian untuk setiap dimensi, maka perbandingan kinerja layanan jasa terhadap pihak perusahaan Gojek dan Grab dari segi nilai kegunaan (*usability*) dapat dilihat dari hasil diagram sebagai berikut.



Gambar 4. Perbandingan Nilai Kegunaan (*Usability*) Layanan Gojek dan Grab

Diagram diatas menggambarkan perbandingan dari hasil skor rata-rata tiap dimensi, dimana hasil skor rata-rata Gojek lebih unggul 5 dimensi dari skor rata-rata Grab pada dimensi daya tarik, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Grab mempunyai satu dimensi yang unggul daripada Gojek yaitu Efisiensi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis data, dapat disimpulkan bahwa atribut indikator kualitas pelayanan menyebar di empat kuadran. Dari 26 atribut, terdapat 11 atribut pada Gojek dan 10 atribut pada Grab yang terletak pada Kuadran I yang menunjukkan kualitas pelayanan sudah memuaskan dan perlu dipertahankan. Atribut Gojek pada kuadran II sebanyak 5 atribut dan Grab sebanyak 4 atribut menunjukkan prioritas utama perusahaan karena kuadran II dianggap penting oleh pengguna namun kinerja masih rendah. Gojek memiliki 8 atribut pada kuadran III dan Grab sebanyak 10 atribut pada kuadran III, yang menunjukkan rendahnya kinerja dan harapan atribut sehingga belum perlu menjadi prioritas untuk evaluasi. Kuadran IV Gojek memiliki 1 atribut dan Grab memiliki 2 atribut kinerja yang baik, tetapi harapan pengguna rendah sehingga perusahaan fokus untuk mengembangkan layanan aplikasi pada atribut yang terdapat pada prioritas utama terlebih dahulu. Hasil yang didapatkan pada penilaian bahwa pengalaman pengguna pada Gojek lebih unggul lima dimensi daripada Grab, yaitu daya tarik, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Grab mempunyai satu dimensi yang lebih unggul daripada Gojek yaitu Efisiensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A., Prakoso, B. S., dan Herlambang, A. D. 2021. Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Virtual Hotel Operator di Kota Malang menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi RedDoorz dan OYO). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 5 No.12.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hinderks, A., Meiners, A., Mayo, F.J.D., dan Thomaschewski, J. 2019. Interpreting the Results from the User Experience Questionnaire (UEQ) using Importance-Performance Analysis (IPA). *En WEBIST 2019: 15th International Conference on Web Information Systems and Technologies*. Vienna, Austria: ScitePress Digital Library.

- Kemp, Simon. 2021. Digital 2021 April Global Statshot Report. Tersedia: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/04/60-percent-of-the-worlds-population-is-now-online/>
- Kemp, Simon. 2022. Digital 2022: Indonesia. Tersedia: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Khuntari, D. 2022. Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*. Vol.8 No.1.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. United States: Pearson Education
- Martilla, J. A., dan James, J. C. 1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*. Vol.41, No. 1, 77 - 79.
- Murti, B. 2011. Validitas dan Reliabilitas Pengukuran. *Jurnal Fakultas Kedokteran UNS*
- Preece, J., Rogers, Y., dan Sharp, H. 2002. *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. New York: John Wiley & Sons.
- Sahfitri, V. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pemanfaatan Facebook Commerce Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah MATRIK*. Vol. 19, No. 1, 79-90.
- Schrepp, M., Hinderks, A., dan Thomaschewski, J. 2017. Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ). *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*. Vol. 4, No.4.