

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Layanan teknologi informasi berkembang sangat cepat, dengan berkembangnya teknologi memberikan kemudahan pada keperluan sehari-hari, baik dari bidang pariwisata maupun perbelanjaan bisa dilakukan secara *online*. Konsumen bisa memanfaatkan teknologi internet untuk mempermudah saat ingin melakukan pemesanan seperti membooking hotel menggunakan website [1]. Internet sangat berguna dalam mencari informasi mengenai apa yang dibutuhkan serta juga dalam melakukan perniagaan jasa dan barang, dan juga dikenal sebagai *e-commerce* [2]. Website *e-commerce* menjadi pasar daring yang menunjukkan perkembangan sangat cepat, serta sangat penting untuk mengetahui bagaimana terpengaruhnya user dengan tampilan website dan fitur-fitur dari internet untuk membuat keputusan dalam bertransaksi [3]. Hotel merupakan salah satu jenis usaha dibidang okomodasi, dan beberapa fasilitas yang ditawarkan didalamnya [4]. Rayz UMM hotel malang merupakan salah satu *e-commerce* yang mempromosikan penginapan dengan salah satu fitur reservation. Melalui fitur ini, *user* dapat memilih tanggal *check in* dan *check out*, kemudian jika sudah menentukan tanggal bisa langsung klik *flexible dates*, kemudian bisa memilih kamar yang ingin ditempati yang dilengkapi dengan harga kamar yang ingin diboeking. Dengan adanya *website* rayz UMM hotel malang, diharapkan pelanggan mendapatkan informasi seputar promo dan harga kamar dan agar membooking hotel lebih mudah dan efisien [3].

User Experience adalah sebuah pengalaman pengguna ketika menggunakan sebuah sistem, jasa atau produk. Pengalaman pengguna dalam aspek-aspek pengalaman, kegunaan, efisiensi, tingkat kemudahan dan efektifitas dari suatu sistem [5]. Pengalaman *user* berdasarkan atas perasaan dan pemikiran individu saat menggunakan suatu sistem, serta *user experience* ialah suatu hal penting yang harus diperhatikan dalam sebuah perancangan sistem, agar menyediakan pelayanan yang maksimal dari kemudahan dan kepuasan bagi penggunanya [6]. Pengalaman pengguna merupakan *feedback* yang diberikan pengguna berdasarkan tanggapan *user* dalam menggunakan suatu sistem yang digunakan untuk mencapai tujuannya

[7][8]. Menurut [9], *user experince* tidak hanya menjawab apa yang dilihat oleh *user* namun menjawab mengapa pengguna memiliki rasa nyaman dengan desainnya saat *user* menggunakan sebuah sistem untuk mendapat tujuan yang diinginkan. Pengalaman pengguna sangat berperan untuk memastikan bahwa produk atau layanan dapat tersampaikan secara efisien dan efektif kepada penggunanya [10]. Pengalaman pengguna memiliki peranan yang krusial dalam proses pengembangan suatu sistem, khususnya pada sistem website rayz UMM booking hotel online, karena melalui *user experience* dapat diidentifikasi tingkat kemudahan serta efisiensi yang dirasakan oleh pengguna berdasarkan interaksi mereka terhadap sistem tersebut[11]. Rayz UMM hotel malang perlu mengevaluasi pengalaman pengguna website rayz UMM hotel dikarenakan jika pengalaman pengguna tidak berjalan secara positif, pengguna akan menolak untuk menggunakan sistem tersebut [8]. Menurut temuan hasil observasi secara langsung terhadap pengguna website Rayz UMM. Selain terdapat jawaban positif dan masih terdapat beberapa jawaban yang negatif yang mengarah pada kepuasan pengguna. Dari permasalahan diatas, maka akan dilakukan analisis pengalaman pengguna dengan metode pengukuran *HEART Metrics* [12].

HEART Metrics merupakan pengukuran UX berdasarkan *user-centered metrics*, *HEART* untuk menganalisis website dari sisi kepuasan emosi *user* yang terdiri dari *Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success*, yang dirancang oleh penelitian dari *google* [6][13]. Menurut [14][15] *Heart* merupakan kerangka kerja yang dapat memahami perilaku *user* atau yang lebih komprehensif dalam melakukan pengukuran dari segi pengalaman pengguna. Penelitian [16] menggunakan metode *HEART* untuk mengukur UX pada aplikasi SIMVONI yang hasil penelitiannya bahwa metode *HEART* dapat digunakan sebagai pengukuran pengalaman pengguna. Penelitian [17] lainnya menggunakan *HEART Metrics* pada aplikasi Segari untuk mengukur pengalaman pengguna, dan hasil penelitiannya ialah *user Experience* aplikasi Segari cukup memuaskan. Penelitian [18] pada aplikasi GO-JEK juga menggunakan *HEART Metrics*, menunjukkan bahwa pengalaman pengguna aplikasi GO-JEK tergolong baik, menandakan keberhasilan aplikasi tersebut dalam memberkan pengalaman positif melalui dimensi *Happiness, Engagement, Adoption, Rentention*, dan *Taks Success*.

Berdasarkan uraian-uraian diatas dari studi terdahulu yang membahas metode *HEART Metrics*, faktor tersebut menjadi pendorong bagi penulis untuk melaksanakan penelitian yang menganalisis user experience pada website rayz UMM hotel malang yang bertujuan mengukur kepuasan pengguna untuk memberikan masukan dan insight baru dalam pengembangan dan kualitas dari *user experience* yang lebih optimal pada website tersebut untuk kedepanya yang berjudul “Penerapan Metode *HEART Metrics* Dalam Menganalisis *User Experience* Pada Website Rayz UMM”.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan konteks yang sudah diuraikan, pokok permasalahan dalam penelitian diulas dalam penulisan ini:

- a. Bagaimana menilai *user experience* pada website rayz UMM hotel malang menggunakan metode *Heart Metrics*?
- b. Bagaimana menganalisis aspek *Happiness, Engagement, Adoption, Retention, dan Task Success* pada website rayz UMM?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah memaparkan rumusan masalah pada penelitian ini, dengan demikian sasaran penelitian ini ialah :

- a. Mengetahui nilai kepuasan pengguna website rayz UMM hotel malang menggunakan metode *Heart Metrics*.
- b. Mengetahui hasil analisis lima aspek *Heart Metrics* (*Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success*).

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diterapkan pada penelitian ini ialah :

- a. Metode yang digunakan selama penelitian ini adalah metode *Heart Metrics*.

- b. Penelitian ini menggunakan lima aspek *HEART* (*Happiness, Engagement, Adoption, Retention, and Task Success*).
- c. Penyebaran kuisioner dibuat dengan lima aspek *HEART* yang ditujukan bagi reponden melalui penerapan skala *likert* 5 poin.
- d. Pengolahan data menggunakan software SPSS.

