
SIMULASI DAN ANALISIS USER EXPERIENCE (UX) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN MOBILE BERBASIS WEB

Studi Kasus : Heika Kopi Karanganyar

Muhamad Bintang Prasetyo¹, Dewi Oktaviani, M.Kom.²

^{1,2}Program Studi Informatika, STIMK AMIKOM Surakarta

Email: bintangmuhamad1111@gmail.com¹, dewioktafiani@dosen.amikomsolo.ac.id²

(Naskah masuk: dd mmm yyyy, diterima untuk diterbitkan: dd mmm yyyy)
(1 baris kosong, 10pt)

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong banyak pelaku usaha di sektor *food and beverage* untuk menyediakan layanan pemesanan berbasis web yang dapat diakses melalui perangkat mobile. Dalam konteks ini, kualitas *User Experience (UX)* menjadi faktor penting yang menentukan bagaimana pengguna merasakan kemudahan, kenyamanan, dan efektivitas saat berinteraksi dengan layanan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat *UX* pada layanan mobile berbasis web Heika Kopi Karanganyar serta mengukur pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Fokus penelitian mencakup beberapa dimensi utama *UX*, seperti kemudahan penggunaan, kejelasan navigasi, efisiensi, responsivitas sistem, dan estetika antarmuka. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengalaman pengguna dapat berkontribusi terhadap pembentukan persepsi positif dan kepuasan pelanggan terhadap layanan digital tersebut. Melalui analisis yang dilakukan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai aspek-aspek *UX* yang paling berpengaruh, sekaligus menghasilkan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai dasar perbaikan layanan. Temuan dari penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pihak Heika Kopi dalam meningkatkan kualitas layanan digitalnya, tetapi juga memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian terkait hubungan antara *UX* dan kepuasan pelanggan pada platform digital di sektor bisnis kuliner.

Kata kunci: *heika kopi karanganyar, kepuasan pelanggan, layanan mobile berbasis web, User Experience (UX), UX Metrics.*

User Experience (UX) Analysis on Customer Satisfaction with Web-Based Mobile Services

Abstract

The development of digital technology has prompted many businesses in the food and beverage sector to provide web-based ordering services accessible via mobile devices. In this context, the quality of *UX* becomes an important factor in determining how users perceive the ease, comfort, and effectiveness when interacting with digital services. This research aims to analyze the level of *UX* in the web-based mobile service Heika Kopi Karanganyar and measure its influence on customer satisfaction. The research focus encompasses several key *UX* dimensions, such as usability, navigation clarity, efficiency, system responsiveness, and interface aesthetics. This research was conducted to determine the extent to which user experience can contribute to the formation of positive perceptions and customer satisfaction with the digital service. Through the analysis performed, this research is expected to provide an empirical overview of the most influential *UX* aspects, as well as generate recommendations that can be used as a basis for service improvement. The findings of this research are not only beneficial for Heika Kopi in improving the quality of its digital services but also contribute to the development of research related to the relationship between *UX* and customer satisfaction on digital platforms in the culinary business sector.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi melalui penyediaan layanan berbasis web yang dapat diakses melalui perangkat mobile. Pada sektor *food and beverage*, pemanfaatan layanan digital menjadi semakin penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam proses pemesanan. Heika Kopi Karanganyar merupakan salah satu bisnis kuliner yang menerapkan layanan mobile berbasis web, namun kualitas *User Experience (UX)* yang dirasakan pelanggan masih perlu dianalisis secara lebih mendalam untuk memastikan bahwa layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

Pengalaman pengguna yang baik tidak hanya berfokus pada estetika tampilan antarmuka, tetapi juga mencakup kemudahan navigasi, responsivitas sistem, kejelasan informasi, serta kenyamanan dalam berinteraksi dengan fitur yang tersedia. Kualitas *UX* berpotensi menjadi faktor penentu tingkat kepuasan pelanggan dan berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan layanan digital. Fenomena ini menimbulkan kebutuhan untuk mengidentifikasi sejauh mana *UX* pada layanan mobile berbasis web Heika Kopi berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan serta menentukan aspek mana yang memerlukan peningkatan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini disusun untuk menjawab permasalahan terkait kualitas pengalaman pengguna, tingkat kepuasan pelanggan, serta hubungan keduanya pada layanan digital Heika Kopi Karanganyar. Analisis dilakukan dengan meninjau dimensi-dimensi *UX* yang umum digunakan dalam evaluasi layanan digital, seperti kemudahan penggunaan, efisiensi, kejelasan navigasi, tampilan visual, dan kenyamanan interaksi.

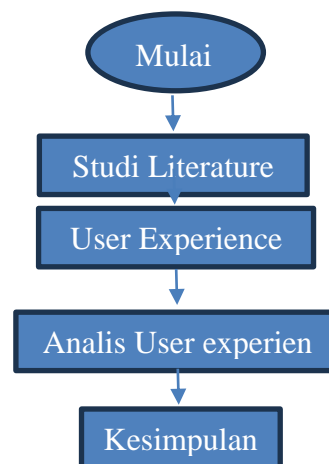
Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan analitis melalui pengumpulan data dari pengguna layanan mobile berbasis web, diikuti dengan evaluasi menggunakan metrik *UX* yang relevan. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman empiris mengenai kualitas *UX* yang dirasakan pelanggan serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan layanan digital di sektor bisnis kuliner, khususnya dalam konteks optimalisasi *User Experience* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

bab Pendahuluan dan bab Kesimpulan, penulisan judul-judul bab sebaiknya eksplisit menyesuaikan isinya. Tidak harus implisit dinyatakan sebagai dasar teori, perancangan, dan sebagainya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metologi penelitian dirancang untuk memperoleh Gambaran empiris mengenai *User Experience (UX)* dan Kepuasan pelanggan pada layanan mobile berbasis web Heika Kopi Karanganyar. Bentuk alur metodologi penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan mobile berbasis web Heika Kopi Karanganyar yang terlibat secara langsung dalam proses pemesanan dan pengoperasian sistem digital. Berdasarkan data internal dan estimasi penggunaan layanan, jumlah pengguna aktif yang mengakses sistem pemesanan online diperkirakan sebanyak 100 orang. Populasi ini terdiri dari kelompok usia produktif, dengan dominasi pengguna dari kalangan Generasi Z (17–25 tahun) dan Dewasa muda (26–30 tahun) yang terbiasa menggunakan perangkat mobile untuk melakukan pemesanan secara daring. Pemilihan populasi ini didasarkan pada pola penggunaan layanan digital yang lebih intensif pada kelompok usia tersebut dan relevan dengan konteks analisis *User Experience (UX)*.



Dari jumlah populasi sebanyak 200 pengguna, penelitian ini mengambil 50 responden sebagai sampel, yang dianggap memadai untuk mewakili populasi dan memenuhi persyaratan minimal penelitian kuantitatif. Sampel sejumlah 50 orang setara dengan 50% dari total populasi, sehingga tingkat representativitasnya sangat tinggi. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penetapan responden berdasarkan kriteria tertentu, terutama pengguna yang benar-benar pernah melakukan pemesanan melalui layanan mobile berbasis web Heika Kopi minimal satu kali.



Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner online melalui web yang terdiri dari 15 pertanyaan yang mencakup dimensi kemudahan, kompleksitas system, konsistensi, kepercayaan diri pengguna UX Metrics atau Questionnaire Scoring (UEQ scoring) (Rizki Perdana 2020). Serta penilaian kuisisioner memanfaatkan Skala Likert dengan skor 1 – 3 (Sangat tidak setuju, Tidak setuju, Netral, Setuju, Sangat Setuju)

Tabel 1. Interpretasi Skor UEQ

No	Rentang Skor UEQ	Interpretasi
1.	1.00 - 2.60	UX Kurang
2.	2.61- 3.40	UX Cukup
3.	3.41-5.00	UX Baik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan User Experience (UEQ) dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan ke 50 responden yang terdiri dari 15 pertanyaan itu

Tabel 2. Pertanyaan Kuisisioner UEQ

Kode	Pertanyaan
Q ₁	Tampilan layanan ini menurut saya menarik.
Q ₂	Menu dan fitur pada layanan mudah dipahami.
Q ₃	Proses pemesanan terasa cepat dan efisien.
Q ₄	Sistem merespons perintah saya dengan baik.
Q ₅	Alur pemesanan di layanan ini mudah diikuti.
Q ₆	Informasi yang disajikan terlihat jelas.
Q ₇	Menggunakan layanan ini terasa nyaman.
Q ₈	Fitur-fitur layanan berfungsi dengan andal.
Q ₉	Interaksi dengan layanan terasa menyenangkan.
Q ₁₀	Tampilan layanan terlihat cukup inovatif.
Q ₁₁	Tata letak menu memudahkan saya menemukan fitur yang dibutuhkan.
Q ₁₂	Kecepatan akses layanan ini memuaskan.
Q ₁₃	Informasi yang diberikan layanan ini sangat jelas.
Q ₁₄	Layanan ini memudahkan saya dalam melakukan pemesanan.
Q ₁₅	Secara keseluruhan, saya puas menggunakan layanan ini.

Penyebaran Kuisisioner didapatkan dari hasil rekapitulasi rata rata skor likert berdasarkan masing masing kelompokk responden

Tabel 3. Rata rata likert Pada Kelompok responden

Pertanyaan	Gen Z (n=35)	Dewasa Muda (n=15)
Q ₁	4.10	3.90
Q ₂	4.50	4.30
Q ₃	4.35	4.20
Q ₄	4.25	4.30
Q ₅	4.40	4.25
Q ₆	4.38	4.45
Q ₇	4.36	4.20
Q ₈	4.22	4.35
Q ₉	4.30	4.18
Q ₁₀	3.45	3.35
Q ₁₁	4.42	4.30
Q ₁₂	4.40	4.30
Q ₁₃	4.45	4.42
Q ₁₄	4.42	4.40
Q ₁₅	4.38	4.28

Hasil Perhitungan Rata rata likert tersebut dihitung dengan rumus perhitungan Cronbach Alpha Rumus Cronbach Alpha :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_{total}^2} \right)$$

Keterangan:

k= jumlah item (msl.15)

σ_i^2 = varians item ke-i (variens jawaban untuk item)

σ_{total}^2 = varians skor total (variens dari jumlah/total skor semua item per responden)

Berikut Perhitungan Dari Gen Z dan Dewasa Muda

a. Kelompok Gen Z (n = 35)

1) Item Ganjil (8 item)

Q1, Q3, Q5, Q7, Q9, Q11, Q13, Q15

$$4,10+4,35+4,40+4,36+4,30+4,42+4,45+4,38$$

$$8=4,35$$

2) Item Genap (7 item)

Q2, Q4, Q6, Q8, Q10, Q12, Q14

$$4,50+4,25+4,38+4,22+3,45+4,40+4,42=4,23$$

$$7=4,23$$

b. Kelompok Dewasa Muda (n = 15)

1) Item Ganjil (8 item)

Q1, Q3, Q5, Q7, Q9, Q11, Q13, Q15

$$3,90+4,20+4,25+4,20+4,18+4,30+4,42+4,2$$

$$8$$

$$8=4,22$$

2) Item Genap (7 item)

Q2, Q4, Q6, Q8, Q10, Q12, Q14

$$4,30+4,30+4,45+4,35+3,35+4,30+4,40$$

$$7=4,21$$

Ringkasan Hasil Ganjil Genap

Kelompok	Item Ganjil	Item Genap	Selisih
Gen Z	4,35	4,23	0,12
Dewasa Muda	4,22	4,21	0,01

Analisis reliabilitas juga dilakukan menggunakan metode belah dua (ganjil–genap). Hasil menunjukkan bahwa rata-rata skor item ganjil dan genap pada kelompok Gen Z masing-masing sebesar 4,35 dan 4,23, sedangkan pada kelompok Dewasa Muda sebesar 4,22 dan 4,21. Selisih skor yang relatif kecil menunjukkan konsistensi internal instrumen yang baik serta keseragaman persepsi responden terhadap item pertanyaan.

Tabel 4. Rata – rata kelompok

Kelompok	Rata - rata	Interpretasi
Gen z (35)	4.29	Baik
Dewasa Muda (15)	4.23	Baik
Gabungan 50 responden	4.26	Baik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok Gen Z yang terdiri dari 35 responden memperoleh skor rata-rata 4.29, sedangkan kelompok Dewasa Muda dengan 15 responden memperoleh skor rata-rata 4.23. Kedua kelompok berada pada kategori Baik, yang berarti pengalaman pengguna terhadap layanan mobile berbasis web Heika Kopi dinilai positif oleh masing-masing kelompok usia. Secara keseluruhan, gabungan 50 responden menghasilkan skor rata-rata 4.26, yang juga termasuk kategori Baik, sehingga layanan dianggap memuaskan dan mampu memenuhi harapan pengguna secara umum.

4. KESIMPULAN

Sumber Berdasarkan hasil penelitian diatas yang melibatkan 50 responden terdiri dari generasi Z (35 orang) dan dewasa muda (15 responden) , dan dapat disimpulkan bahwa

1. Gen Z dan Dewasa Muda merupakan pengguna utama layanan mobile berbasis web Heika Kopi. Kedua kelompok ini sangat terbiasa dengan perangkat digital, layanan berbasis web, dan aplikasi mobile sehingga paling aktif menggunakan sistem pemesanan online yang disediakan.

2.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Fadzana, M. S., & Diartono, D. A. (2024). Pengaruh User Experience (UX) Design terhadap kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi TIX ID. *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 597–604. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2080>
- Rahmadani, N., & Fardida, S. N. (2024). Peran UI/UX pada layanan aplikasi Mytelkomsel terhadap keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. *SAFARI : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3). <https://doi.org/10.56910/safari.v4i3.1655>
- Lubis, C. R. Z., & Munthe, S. (2025). User Experience-Based Website Development to Increase Customer Satisfaction and Sales of Maidanii Dimsum Business. *Economic: Journal Economic and Business*. <https://jurnal.larisma.or.id/index.php/EJEB/article/view/1328>
- Novanto, M. A., Usman, O., & Pratama Sari, D. A. (2025). Analisis pengaruh user experience dan e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction pada pengguna aplikasi pesan antar makanan di Jakarta. *Musyari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 20(3), 81–90. <https://doi.org/10.2324/4tbndn94>
- Syamsuddin, S., Togatorop, A. L., Sholahuddin, M. Z., & Prasetya, T. B. (2024). The influence of mobile application user experience, service quality, and social interaction on customer satisfaction in the online service industry. *International Journal of Science and Society*. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v6i3.1225>
- Rabbani, Z., & Irianto, K. D. (2024). Perancangan UI/UX Aplikasi Food & Beverage Mobile berbasis User-Centered Design. *Journal of Information System Research (JOSH)*. <https://doi.org/10.47065/josh.v6i4.7933>
- Handayani, M., Utma Sari, I., & Anggraini, P. (2025). Pengaruh UI/UX terhadap kepuasan pengguna aplikasi rental motor. *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (JISKA)*. <https://doi.org/10.47233/jiska.v3i2.2136>
- Ichzan Arsana, M. N., & Ali, A. (2024). Analisis User Experience (UX) pada website layanan Dkampus dengan metode cognitive walkthrough. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, 10(1), 82–93. <https://doi.org/10.31289/symbolika.v10i1.11607>

- Febriyanti, I. A., Marini, L. F., & Baisa, L. Y. (2024). Analisis kualitas layanan aplikasi BlueBox terhadap kepuasan pengguna menggunakan Webqual 4.0 dan EUCS. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 8(3), 1969–1982. <https://doi.org/10.33379/gtech.v8i3.4729A>
- LIF, A., 2013. *Komputasi cerdas untuk pemula*. Malang: ABC Press.
- Shorbaji, M. F., Alalwan, A. A., & Algharabat, R. (2025). AI-Enabled Mobile Food-Ordering Apps and Customer Experience: A Systematic Review and Future Research Agenda. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(3), 156. <https://doi.org/10.3390/jtaer20030156>
- Siregar, E. H., & Saadillah, F. (2020). Pengaruh User Experience terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z pada Sistem Pemesanan McDelivery Mobile Application di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 10(2), 92–101.
- Rizki Perdana, M., & Kamal, I. (2023). Analisis User Experience (UX) pada Online Food Delivery di Jabodetabek Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 13(2), 176–193.
- Nawir, F., & Hendrawan, S. A. (2024). The Impact of Website Usability and Mobile Optimization on Customer Satisfaction and Sales Conversion Rates in E-Commerce Businesses in Indonesia. *The Eastasouth Journal of Information System and Computer Science*, 2(01), 15–30. <https://doi.org/10.58812/esiscs.v2i01.324>
- Gusfi, D. A., Widodo, A., Dewi, C. K., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2024). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction dengan E-Service Quality Sebagai Mediator pada Blibli: A Conceptual Paper. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 2011–2023. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.843>
- Rabbani, Z., & Irianto, K. D. (2025). Perancangan UI/UX Aplikasi Food & Beverage Mobile Berbasis User Centered Design. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 6(4), 20632072. <https://doi.org/10.47065/josh.v6i4.7933>
- Liu, J., Hendrik, J., & Tarigan, F. A. (2025). Analysis of User Satisfaction Towards Online Food Ordering Services and Prices Using Customer Satisfaction Index. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*, 5(1), 970–976. <https://doi.org/10.59934/jaiea.v5i1.1528>
- Sagaf, A. F. A. S., & Ibrahim, I. (2025). Development of a Mobile Web-Based Food and Beverage Ordering Application in a Youth Cafe with QR Code Technology. *Jurnal Inovtek Polbeng – Seri Informatika*, 10(1), 262–270. <https://doi.org/10.3390/jtaer20030156>
- Susilawati, A. D., Wahyudi, F., Putra, W. P., Supriyanto, W., & Limpo, L. (2024). The Impact of Digital User Experience on Brand Perception and Consumer Loyalty in the E-Commerce Industry in Indonesia. *Eastasouth Journal of Information System and Computer Science*, 1(03), 109–122. <https://doi.org/10.58812/esiscs.v1i03.244>
- Majumder, A. S. (2025). The Influence of UX Design on User Retention and Conversion Rates in Mobile Apps. *arXiv preprint arXiv:2501.13407*. <https://arxiv.org/abs/2501.13407>