



ANALISIS PERBANDINGAN USER EXPERIENCE APLIKASI PEMESANAN KOPI TOMORO COFFEE DAN KOPI KENANGAN MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ)

Teofide W. K. Pangemanan^{1*}, Eidenyost Dunatows Momuat Wahani², Ade Yusupa³, Victor Tarigan⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail Korespondensi: teofidepangemanan026@student.unsrat.ac.id^{1*}

A B S T R A K

Pertumbuhan aplikasi pemesanan kopi di Indonesia menuntut peningkatan kualitas pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) agar mampu bersaing secara digital. Tomoro Coffee dan Kopi Kenangan menjadi dua brand yang populer, namun belum banyak studi yang membandingkan pengalaman pengguna dari keduanya secara komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan UX kedua aplikasi menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ), yang mencakup enam dimensi utama: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Sebanyak 162 responden valid berpartisipasi dalam survei daring, dan data dianalisis menggunakan alat analisis resmi UEQ serta uji *t-test*. Hasil menunjukkan bahwa Tomoro Coffee unggul dalam efisiensi, sementara Kopi Kenangan lebih baik dalam kejelasan dan ketepatan. Kedua aplikasi memperoleh skor positif pada semua dimensi dengan klasifikasi "Good" hingga "Excellent". Temuan ini memberikan masukan praktis bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan UX berbasis bukti empiris, serta berkontribusi pada literatur akademik terkait UX aplikasi mobile lokal di Indonesia.

Kata Kunci: *User Experience, UEQ, Aplikasi Mobile, Kopi Kenangan, Tomoro Coffee.*

A B S T R A C T

The growth of coffee ordering applications in Indonesia demands an improvement in user experience (UX) quality to remain competitive in the digital space. Tomoro Coffee and Kopi Kenangan are two popular brands, yet there have not been many studies comprehensively comparing the user experience of both. This research aims to analyze and compare the UX of the two applications using the User Experience Questionnaire (UEQ) method, which covers six main dimensions: attractiveness, clarity, efficiency, accuracy, stimulation, and novelty. A total of 162 valid respondents participated in the online survey, and the data were analyzed using the official UEQ analysis tool and a t-test. The results show that Tomoro Coffee excels in efficiency, while Kopi Kenangan performs better in clarity and accuracy. Both applications received positive scores across all dimensions, classified as "Good" to "Excellent." These findings provide practical insights for app developers to enhance UX based on empirical evidence and contribute to academic literature on local mobile app UX in Indonesia.

Article History

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang menarik. Meskipun konsumsi kopi global turun 2,0% pada tahun 2022/23, kawasan Asia & Pasifik, termasuk Indonesia, justru tumbuh positif sebesar 0,6% (International Coffee Organization, 2023). Tren ini mendorong maraknya aplikasi pemesanan kopi digital seperti Tomoro Coffee dan Kopi Kenangan yang berlomba menarik konsumen melalui platform mobile.

Kesuksesan aplikasi mobile tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fitur, tetapi juga kualitas pengalaman pengguna (User Experience/UX). Pengalaman pengguna yang baik terbukti dapat meningkatkan kepuasan pelanggan hingga 25,9% pada aplikasi pemesanan makanan. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada evaluasi fitur tertentu dan belum membandingkan UX antar aplikasi secara menyeluruh (Azmi et al., 2019).

User Experience Questionnaire (UEQ) hadir sebagai instrumen standar untuk mengukur pengalaman pengguna melalui enam dimensi: daya tarik, efisiensi, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan (Laugwitz et al., 2008). Metode ini telah terbukti efektif dalam berbagai konteks, termasuk e-commerce (Ulhaq et al., 2024) dan transportasi online (Khuntari, 2022). Namun, penerapannya pada aplikasi pemesanan kopi di Indonesia masih terbatas.

Penelitian sebelumnya tentang Tomoro Coffee cenderung berfokus pada strategi bisnis (Sukmawati Wijaya et al., 2022), sementara penelitian tentang aplikasi Kopi Kenangan belum dikomparasikan dengan kompetitor (Nova & Nurfitriana, 2023). Padahal, perbandingan ini penting untuk memahami posisi kompetitif masing-masing aplikasi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan literatur yang perlu diisi.

Berdasarkan kesenjangan literatur tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: pertama, membandingkan pengalaman pengguna aplikasi Tomoro Coffee dan Kopi Kenangan menggunakan metode UEQ; kedua, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing aplikasi dari perspektif pengguna; ketiga, memberikan rekomendasi berdasarkan temuan empiris untuk pengembangan aplikasi yang lebih baik.

Penelitian ini memberikan kontribusi berupa analisis komparatif UX aplikasi kopi lokal menggunakan instrumen terstandarisasi, yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna berdasarkan bukti empiris.

KAJIAN TEORI

2.1. *User Experience (UX)*

User Experience (UX) didefinisikan sebagai persepsi dan respons pengguna terhadap penggunaan suatu produk atau layanan, yang mencakup aspek emosional, praktis, dan fungsional (ISO 9241-210, 2010). Konsep UX tidak hanya berfokus pada kemudahan penggunaan (usability), tetapi juga pada keseluruhan pengalaman yang dirasakan pengguna selama berinteraksi dengan sistem.

Dalam konteks aplikasi mobile, khususnya aplikasi pemesanan, UX yang optimal harus memenuhi beberapa kriteria utama. Pertama, antarmuka yang intuitif memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memahami dan menavigasi aplikasi tanpa memerlukan pembelajaran yang mendalam. Kedua, proses pemesanan yang efisien mengurangi langkah-langkah yang tidak perlu dan mempercepat waktu transaksi. Ketiga, desain visual yang menarik menciptakan kesan positif dan meningkatkan kepuasan pengguna (Azzadin et al., 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa desain UX yang baik pada aplikasi mobile tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi tetapi juga memperkuat loyalitas terhadap merek. Hal ini dapat dicapai melalui implementasi fitur-fitur seperti rekomendasi personal, program loyalitas, dan personalisasi pengalaman berdasarkan preferensi pengguna (Ahram & Falcão, 2018).

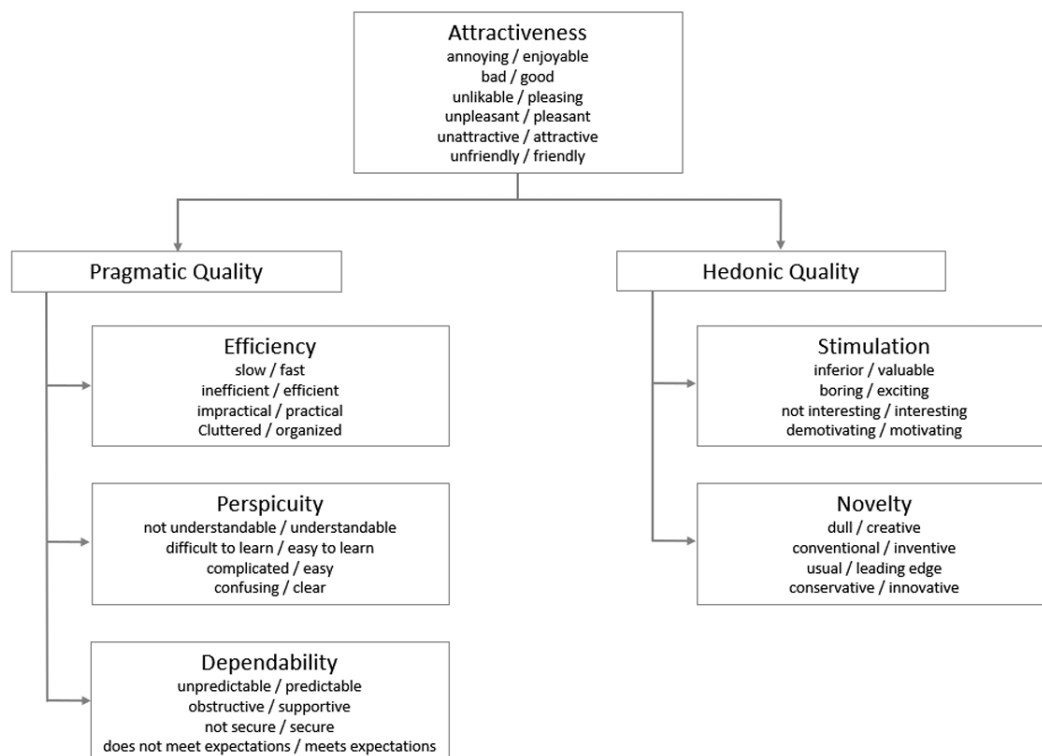
2.2. *User Experience Questionnaire (UEQ)*



User Experience Questionnaire (UEQ) adalah instrumen terstandarisasi yang dikembangkan oleh Laugwitz et al. (2008) untuk mengukur pengalaman pengguna secara komprehensif. UEQ menggunakan 26 pasangan kata berlawanan (semantic differential) yang diukur dalam skala tujuh tingkat, Instrumen ini mengukur enam dimensi:

1. Perspicuity (Kejelasan): Mengukur kemudahan pengguna dalam memahami dan mempelajari aplikasi
2. Efficiency (Efisiensi): Mengukur kemampuan pengguna menyelesaikan tugas dengan cepat tanpa upaya berlebihan
3. Dependability (Ketepatan): Mengukur tingkat keandalan aplikasi dalam memenuhi harapan pengguna
4. Stimulation (Stimulasi): Mengukur tingkat motivasi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi
5. Novelty (Kebaruan): Mengukur kesan inovatif dari desain dan fitur aplikasi
6. Attractiveness (Daya Tarik): Mengukur kesan positif pengguna terhadap aplikasi secara menyeluruh

UEQ juga dilengkapi dengan benchmark yang memungkinkan perbandingan hasil dengan produk lain, sehingga memberikan konteks yang lebih luas dalam interpretasi hasil pengukuran (Schrepp et al., 2017).



Gambar 1. Struktur Skala pada UEQ

2.3. Aplikasi Pemesanan Kopi di Indonesia

Industri aplikasi pemesanan kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi smartphone dan perubahan gaya hidup konsumen. Dua pemain utama dalam industri ini adalah Tomoro Coffee dan Kopi Kenangan, yang masing-masing memiliki pendekatan dan strategi yang berbeda dalam menyajikan pengalaman digital kepada konsumen.

Perkembangan aplikasi pemesanan kopi di Indonesia menunjukkan tren yang menarik. Kopi Kenangan, sebagai salah satu pemain utama, telah mengintegrasikan fitur reward points yang terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan (Nova & Nurfitriana, 2023). Sementara itu, Tomoro



Coffee fokus pada strategi ekspansi melalui platform digital sebagai bagian dari rencana franchise nasional (Sukmawati Wijaya et al., 2022).

Meskipun kedua brand ini populer, penelitian yang membandingkan kualitas pengalaman pengguna kedua aplikasi menggunakan metode terstandarisasi masih terbatas. Penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada aspek bisnis atau evaluasi aplikasi tunggal, bukan perbandingan komprehensif yang dapat memberikan wawasan kompetitif.

2.4. UX pada Aplikasi Mobile

Penelitian pada aplikasi GrabFood menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan hingga 25,9%. Studi ini menggunakan pendekatan design thinking untuk mengidentifikasi pain points dan opportunity areas dalam aplikasi pemesanan makanan (Azmi et al., 2019).

Dalam konteks aplikasi transportasi online, penelitian Khuntari membandingkan UX aplikasi Gojek dan Grab menggunakan metode UEQ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua aplikasi memiliki kelebihan pada aspek yang berbeda, dengan Gojek unggul dalam hal kejelasan dan kebaruan sementara Grab lebih baik dalam aspek efisiensi (Khuntari, 2022).

Penelitian pada aplikasi e-commerce juga menunjukkan pentingnya evaluasi UX secara komprehensif. Ulhaq dkk. membandingkan UX aplikasi Shopee dan Tokopedia menggunakan UEQ dan menemukan bahwa masing-masing platform memiliki karakteristik unik yang sesuai dengan target market mereka (Ulhaq et al., 2024).

METODOLOGI

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain studi komparatif untuk menganalisis perbedaan pengalaman pengguna antara aplikasi Tomoro Coffee (versi 3.1.0) dan Kopi Kenangan (versi 125.03.20). Pendekatan kuantitatif dipilih untuk memperoleh data objektif yang dapat diukur secara statistik dan memungkinkan perbandingan sistematis antara kedua aplikasi.

3.2. Partisipan dan Sampling

Populasi penelitian adalah pengguna aplikasi pemesanan kopi berusia 18-35 tahun di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria inklusi: pertama, responden menggunakan aplikasi pemesanan kopi minimal dua kali dalam sebulan; kedua, memiliki pengalaman menggunakan kedua aplikasi yang diteliti dalam kurun waktu tiga bulan terakhir.

Penentuan ukuran sampel mengacu pada rekomendasi (Schrepp et al., 2017) bahwa 20-30 responden dapat memberikan pengukuran UEQ yang stabil. Penelitian ini menghasilkan 100 responden per aplikasi. Setelah proses filtering dan validasi menggunakan heuristik konsistensi jawaban, diperoleh 81 responden valid untuk masing-masing aplikasi, menghasilkan total 162 responden.

3.3. Instrumen Penelitian

Penelitian menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) versi Bahasa Indonesia yang mengukur enam dimensi pengalaman pengguna melalui 26 item pertanyaan dengan skala semantic differential tujuh tingkat (-3 hingga +3).

3.4. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form selama Februari-Maret 2025. Data yang terkumpul kemudian disaring menggunakan heuristik Schrepp (Schrepp, 2023) untuk memastikan konsistensi jawaban. Kriteria penyaringan meliputi respons dengan rentang jawaban ekstrem yang tidak masuk akal dan pola jawaban yang tidak konsisten.

3.5. Teknik Analisis Data



Analisis data menggunakan UEQ Data Analysis Tool versi 4 (UEQ_Compare_Products_Version4.xlsx) yang dikembangkan secara resmi oleh tim UEQ. Proses analisis meliputi beberapa tahapan:

1. Tahap pertama adalah transformasi data dari skala semantic differential menjadi nilai numerik yang dapat dianalisis secara statistik.
2. Tahap kedua melakukan perhitungan nilai skala untuk setiap dimensi UEQ.
3. Tahap ketiga menguji reliabilitas internal menggunakan Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi pengukuran.
4. Tahap keempat melakukan benchmarking dengan database UEQ untuk memberikan konteks perbandingan yang lebih luas.
5. Tahap kelima mengimplementasikan uji t-test dua sampel independen untuk menguji signifikansi perbedaan antar aplikasi pada setiap dimensi.
6. Tahap keenam melakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan pengalaman pengguna masing-masing aplikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden dan Karakteristik Data

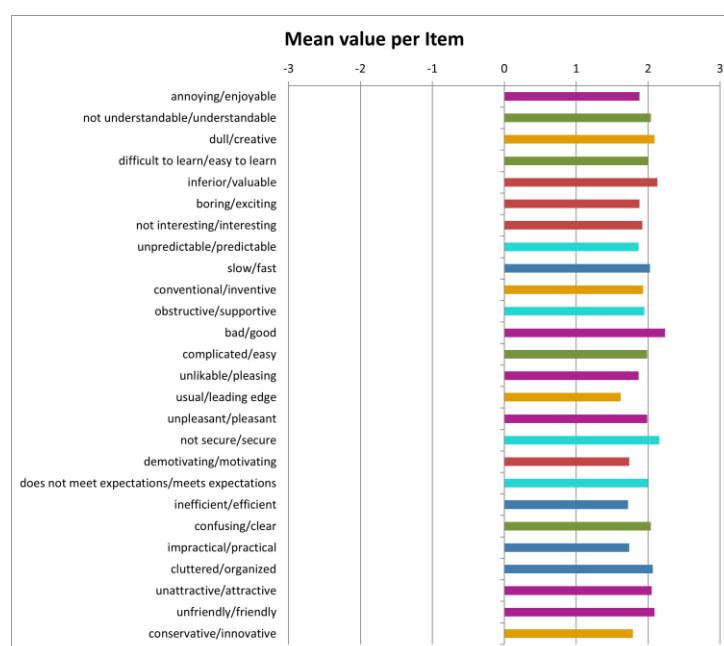
Penelitian ini melibatkan 162 responden yang terdiri dari 81 pengguna untuk masing-masing aplikasi. Seluruh responden memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif kedua platform dengan frekuensi penggunaan minimal dua kali per bulan.

4.2. Analisis User Experience Questionnaire (UEQ)

Data yang terkumpul dari kuesioner UEQ dianalisis menggunakan UEQ Data Analysis Tool versi 4 Bahasa Indonesia. Sistem penilaian UEQ menggunakan skala semantic differential dari -3 (sangat negatif) hingga +3 (sangat positif), dengan nilai 0 sebagai poin netral. Untuk memudahkan interpretasi, hasil analisis dikategorikan berdasarkan benchmark UEQ dengan klasifikasi: Excellent (10% terbaik), Good (10%-75%), Above Average (25%-75%), Below Average (25%-50%), dan Bad (50% terburuk).

4.2.1. Hasil Analisis Aplikasi Kopi Kenangan

Data menunjukkan bahwa aplikasi Kopi Kenangan memperoleh respons yang konsisten positif di semua dimensi UEQ. Visualisasi pada Gambar 2 memperlihatkan distribusi nilai yang merata dengan kecenderungan ke arah nilai positif untuk seluruh item pengukuran.



Gambar 2. Skala UEQ setiap item aplikasi Kopi Kenangan



Tabel 1 menyajikan nilai rata-rata untuk setiap dimensi UEQ pada aplikasi Kopi Kenangan:

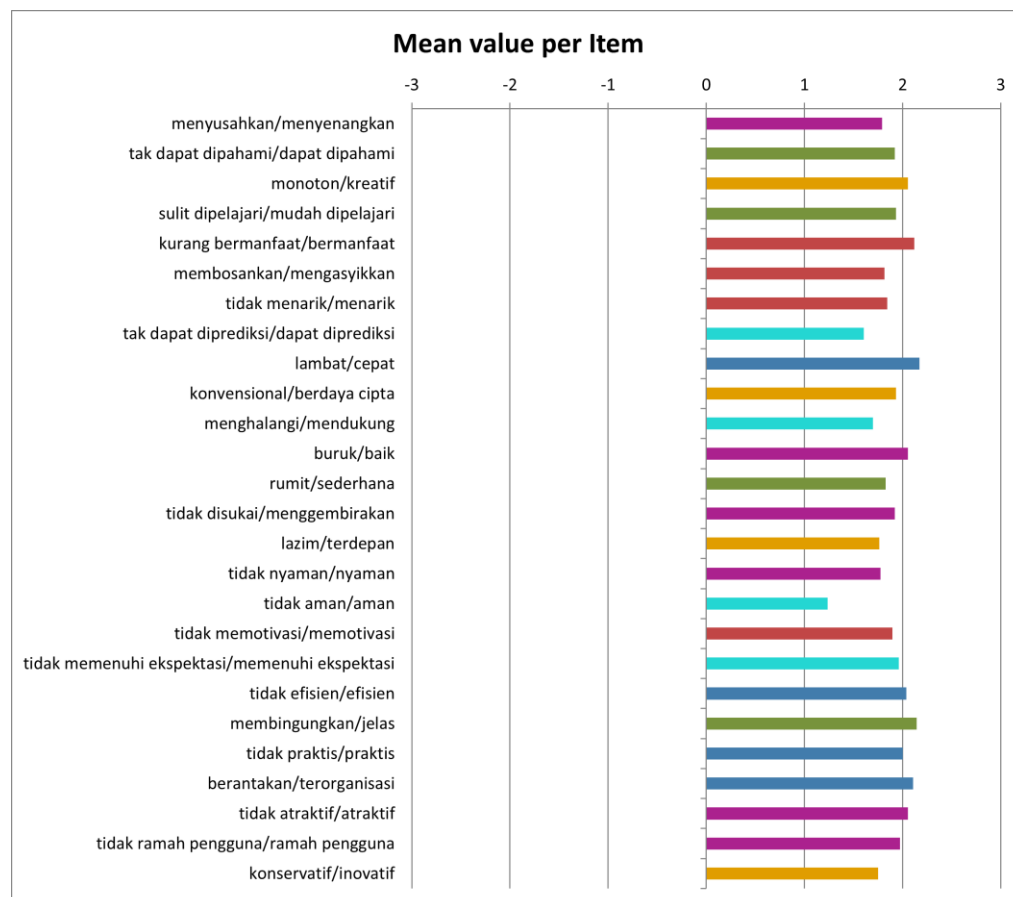
Tabel 1. Nilai Rata-Rata Seluruh Skala Kopi Kenangan

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Daya tarik	↑ 2.020	0.27
Kejelasan	↑ 2.016	0.36
Efisiensi	↑ 1.888	0.35
Ketepatan	↑ 1.993	0.35
Stimulasi	↑ 1.918	0.36
Kebaruan	↑ 1.859	0.50

Hasil analisis menunjukkan Daya Tarik (2.020) sebagai aspek dengan penilaian tertinggi, diikuti Kejelasan (2.016) dan Ketepatan (1.993). Meskipun Kebaruan mendapat nilai terendah (1.859), angka ini masih tergolong sangat positif dalam skala UEQ.

4.2.2. Hasil Pengukuran UEQ Aplikasi Tomoro Coffee

Aplikasi Tomoro Coffee juga menunjukkan performa yang baik dengan nilai positif di semua dimensi. Distribusi nilai item pada Gambar 3 memperlihatkan pola yang serupa dengan Kopi Kenangan, meskipun dengan variasi tertentu pada beberapa aspek.



Gambar 3. Skala UEQ setiap item aplikasi Tomoro Coffee



Tabel 2 menampilkan hasil pengukuran untuk aplikasi Tomoro Coffee:

Tabel 2. Nilai Rata-Rata Seluruh Skala Tomoro Coffee

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Daya tarik	↑ 1.928	0.26
Kejelasan	↑ 1.957	0.45
Efisiensi	↑ 2.079	0.30
Ketepatan	↑ 1.625	0.29
Stimulasi	↑ 1.918	0.33
Kebaruan	↑ 1.875	0.38

Tomoro Coffee menunjukkan keunggulan pada aspek Efisiensi (2.079) sebagai nilai tertinggi. Namun, Ketepatan (1.625) menjadi area dengan nilai terendah, meskipun masih dalam kategori positif.

4.3. Analisis Komparatif Dimensi User Experience

4.3.1. Perbandingan Daya Tarik (*Attractiveness*)

Tabel 3. Perbandingan Dimensi Daya Tarik

Aplikasi	Mean	Hasil Benchmark
Kopi Kenangan	2.020	Excellent
Tomoro Coffee	1.928	Excellent

Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan bahwa pengguna memberikan penilaian daya tarik sebesar 2.020 untuk Kopi Kenangan dan 1.928 untuk Tomoro Coffee. Kedua aplikasi berhasil mencapai kategori "Excellent" dalam benchmark, dengan Kopi Kenangan memiliki keunggulan tipis sebesar 0.092 poin.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kedua aplikasi berhasil menciptakan kesan visual dan pengalaman yang menarik bagi pengguna. Perbedaan yang relatif kecil menunjukkan bahwa kedua brand memiliki standar desain yang sebanding, meskipun Kopi Kenangan sedikit lebih unggul dalam aspek estetika keseluruhan.

Untuk pengembangan selanjutnya, Tomoro Coffee dapat mempertimbangkan peningkatan elemen visual seperti pemilihan warna, tipografi, dan layout yang lebih engaging. Optimalisasi daya tarik visual diharapkan dapat meningkatkan first impression dan mendorong user engagement yang lebih tinggi.

4.3.2. Perbandingan Kejelasan (*Perspicuity*)

Analisis kejelasan antara kedua aplikasi dijabarkan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Perbandingan Dimensi Kejelasan

Aplikasi	Mean	Hasil Benchmark
Kopi Kenangan	2.016	Excellent
Tomoro Coffee	1.957	Good

Data pada Tabel 4 mengungkapkan bahwa Kopi Kenangan memperoleh nilai 2.016 untuk aspek kejelasan, sementara Tomoro Coffee mencapai 1.957. Meskipun keduanya mendapat penilaian positif, Kopi Kenangan berada dalam kategori "Excellent" sedangkan Tomoro Coffee dalam kategori "Good".

Hal ini mencerminkan bahwa pengguna Kopi Kenangan merasa lebih mudah memahami navigasi, struktur menu, dan alur pemesanan dalam aplikasi. Interface yang lebih intuitif memungkinkan pengguna menyelesaikan tugas tanpa kebingungan atau memerlukan waktu learning curve yang panjang.

Sebagai upaya perbaikan, Tomoro Coffee dapat melakukan usability testing untuk mengidentifikasi area yang membingungkan pengguna. Penyederhanaan struktur navigasi dan penambahan visual cues yang lebih jelas diharapkan dapat meningkatkan skor kejelasan ke level excellent.



4.3.3. Perbandingan Efisiensi (*Efficiency*)

Perbandingan tingkat efisiensi kedua aplikasi ditampilkan pada Tabel 5:

Tabel 5. Perbandingan Dimensi Efisiensi

Aplikasi	Mean	Hasil Benchmark
Kopi Kenangan	1.888	Excellent
Tomoro Coffee	2.079	Excellent

Berdasarkan Tabel 5, Tomoro Coffee menunjukkan keunggulan signifikan pada aspek efisiensi dengan nilai 2.079 dibandingkan Kopi Kenangan yang memperoleh 1.888. Perbedaan sebesar 0.191 poin ini cukup substansial dan mengindikasikan bahwa pengguna dapat menyelesaikan proses pemesanan lebih cepat di Tomoro Coffee.

Keunggulan efisiensi Tomoro Coffee kemungkinan besar disebabkan oleh optimalisasi user flow yang lebih streamlined, jumlah langkah pemesanan yang lebih sedikit, atau loading time yang lebih cepat. Hal ini menjadi competitive advantage penting dalam konteks aplikasi pemesanan di mana kecepatan transaksi sangat dihargai pengguna.

Untuk meningkatkan daya saing, Kopi Kenangan perlu mengevaluasi user journey mapping dan mengidentifikasi bottleneck dalam proses pemesanan. Implementasi fitur one-click ordering atau checkout yang lebih cepat dapat membantu meningkatkan skor efisiensi secara signifikan.

4.3.4. Perbandingan Ketepatan (*Dependability*)

Analisis ketepatan sistem antara kedua aplikasi disajikan pada Tabel 6:

Tabel 6. Perbandingan Dimensi Ketepatan

Aplikasi	Mean	Hasil Benchmark
Kopi Kenangan	1.993	Excellent
Tomoro Coffee	1.625	Good

Hasil pada Tabel 6 memperlihatkan perbedaan yang cukup mencolok pada aspek ketepatan, di mana Kopi Kenangan mencapai 1.993 sementara Tomoro Coffee hanya 1.625. Gap sebesar 0.368 poin ini menjadi perbedaan terbesar di antara semua dimensi yang diukur.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna Kopi Kenangan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap reliabilitas aplikasi. Hal ini mencakup aspek seperti akurasi informasi produk, keandalan sistem pembayaran, dan kesesuaian antara pesanan dengan yang diterima.

Perbedaan ini perlu mendapat perhatian serius dari Tomoro Coffee. Pengujian sistem yang lebih komprehensif, dan implementasi feedback mechanism yang lebih responsif dapat membantu meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keandalan aplikasi.

4.3.5. Perbandingan Stimulasi (*Stimulation*)

Perbandingan aspek stimulasi kedua aplikasi dijabarkan pada Tabel 7:

Tabel 7. Perbandingan Dimensi Stimulasi

Aplikasi	Mean	Hasil Benchmark
Kopi Kenangan	1.918	Excellent
Tomoro Coffee	1.918	Excellent

Data pada Tabel 7 menunjukkan hasil yang identik untuk aspek stimulasi, dengan kedua aplikasi memperoleh nilai 1.918. Kesamaan nilai ini mengindikasikan bahwa kedua aplikasi berhasil memberikan pengalaman yang equally engaging dan memotivasi pengguna untuk terus menggunakan layanan.

Nilai stimulasi yang tinggi menunjukkan bahwa kedua aplikasi berhasil mengintegrasikan elemen-elemen yang membuat pengguna merasa tertantang dan termotivasi, seperti program loyalty dan program reward yang membuat pengalaman



pemesanan menjadi lebih menarik.

Dalam konteks kompetitif, kedua aplikasi memiliki posisi yang setara pada aspek ini. Namun, peluang diferensiasi masih terbuka melalui inovasi fitur interaktif, program reward yang lebih kreatif untuk pengalaman yang lebih baik.

4.3.6. Perbandingan Kebaruan (*Novelty*)

Analisis aspek kebaruan antara kedua aplikasi ditampilkan pada Tabel 8:

Tabel 8. Perbandingan Dimensi Kebaruan

Aplikasi	Mean	Hasil Benchmark
Kopi Kenangan	1.859	Excellent
Tomoro Coffee	1.875	Excellent

Hasil pada Tabel 8 memperlihatkan bahwa Tomoro Coffee sedikit unggul dalam aspek kebaruan dengan nilai 1.875 dibandingkan Kopi Kenangan yang mencapai 1.859. Perbedaan minimal sebesar 0.016 poin ini menunjukkan bahwa kedua aplikasi memiliki tingkat inovasi yang hampir setara.

Nilai kebaruan yang tinggi pada kedua aplikasi mengindikasikan bahwa pengguna menganggap fitur-fitur yang ditawarkan cukup fresh dan tidak monoton. Hal ini penting di mana diferensiasi melalui inovasi menjadi kunci untuk mempertahankan user interest.

Meskipun perbedaannya minimal, Tomoro Coffee memiliki slight advantage dalam aspek ini. Untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan, kedua aplikasi perlu terus melakukan inovasi berkelanjutan, baik dalam hal fitur, user interface, maupun service offering yang dapat memberikan surprise dan delight kepada pengguna.

4.3.7. Uji Signifikansi Perbedaan

Untuk menentukan signifikansi statistik perbedaan antara kedua aplikasi, dilakukan uji t-test independen dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 9:

Tabel 9. Uji *t*-test

Daya tarik	0.2704	No Significant Difference
Kejelasan	0.5670	No Significant Difference
Efisiensi	0.0410	Significant Difference
Ketepatan	0.0001	Significant Difference
Stimulasi	1.0000	No Significant Difference
Kebaruan	0.8789	No Significant Difference

Analisis statistik pada Tabel 9 mengungkapkan bahwa hanya dimensi Efisiensi dan Ketepatan yang menunjukkan perbedaan signifikan secara statistik. Dimensi Ketepatan memiliki tingkat signifikansi yang sangat tinggi (p -value = 0.0001), mengkonfirmasi bahwa perbedaan 0.368 poin antara kedua aplikasi bukan kebetulan semata.

Fini memberikan insight penting bahwa meskipun kedua aplikasi memiliki performa yang sebanding di sebagian besar aspek, terdapat area spesifik di mana masing-masing memiliki keunggulan yang terukur secara statistik. Tomoro Coffee unggul dalam efisiensi operasional, sementara Kopi Kenangan lebih unggul dalam aspek keandalan sistem.

4.4. Implikasi dan Rekomendasi

Hasil perbandingan UX kedua aplikasi memberikan insight berharga untuk pengembangan masing-masing aplikasi:

1. Untuk Kopi Kenangan: Mempertahankan keunggulan dalam daya tarik, kejelasan, dan ketepatan sambil memperbaiki efisiensi proses pemesanan. Fokus pada streamlining user journey untuk mengurangi friction dalam transaksi.
2. Untuk Tomoro Coffee: Memanfaatkan keunggulan efisiensi sambil memperbaiki aspek ketepatan melalui peningkatan stabilitas sistem dan konsistensi layanan.



Perbaikan UI/UX untuk meningkatkan kejelasan navigasi juga menjadi prioritas.

KESIMPULAN

- Kedua aplikasi menunjukkan performa user experience yang baik secara keseluruhan, dengan seluruh dimensi UEQ memperoleh nilai positif di atas 1.6. Hal ini mengindikasikan bahwa baik Tomoro Coffee maupun Kopi Kenangan telah berhasil memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan dalam kategori "Good" hingga "Excellent" berdasarkan benchmark UEQ.
- Kopi Kenangan unggul dalam tiga aspek utama: daya tarik (2.020), kejelasan (2.016), dan ketepatan (1.993). Keunggulan ini menunjukkan bahwa aplikasi Kopi Kenangan berhasil menciptakan interface yang lebih menarik secara visual, mudah dipahami, dan dapat diandalkan oleh pengguna.
- Tomoro Coffee menunjukkan keunggulan signifikan pada aspek efisiensi dengan nilai 2.079 dibandingkan 1.888 pada Kopi Kenangan (p -value = 0.041). Hasil ini berarti proses pemesanan di Tomoro Coffee lebih streamlined dan memungkinkan pengguna menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat.
- Perbedaan paling signifikan terjadi pada dimensi ketepatan (p -value = 0.0001), di mana Kopi Kenangan (1.993) jauh mengungguli Tomoro Coffee (1.625). Gap sebesar 0.368 poin ini menunjukkan tingkat kepercayaan pengguna yang lebih tinggi terhadap keandalan sistem Kopi Kenangan.
- Tidak terdapat perbedaan signifikan pada dimensi stimulasi, dengan kedua aplikasi memperoleh nilai identik (1.918). Hal ini menunjukkan kemampuan yang setara dalam memotivasi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi melalui fitur-fitur engaging seperti program loyalty dan reward.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahram, T., & Falcão, C. (Eds.). (2018). *Advances in Usability and User Experience* (Vol. 607). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-60492-3>
- Azmi, M., Putra Kharisma, A., & Akbar, M. A. (2019). *Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus GrabFood)* (Vol. 3, Issue 8). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Azzadin, M. H., Fadilah Akbar, R., & Yaqin, M. A. (2024). Evaluation of User Experience of Online Food Ordering Applications Using the Usability Method. In *Journal of Computing and Data Science (JOC DAS)* (Vol. 2, Issue 2).
- International Coffee Organization. (2023). *COFFEE REPORT AND OUTLOOK*. https://icocoffee.org/documents/cy2023-24/Coffee_Report_and_Outlook_December_2023_ICO.pdf
- ISO 9241-210. (2010). *Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems*. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>
- Khuntari, D. (2022). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(1). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4499>
- Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and Evaluation of a User Experience Questionnaire. In *LNCS* (Vol. 5298, pp. 63-76). https://doi.org/10.1007/978-3-540-89350-9_6
- Nova, A., & Nurfitriana, S. (2023). *LIAISON JOURNAL OF BEST Exploring Customer Loyalty through User Experience and Customer Satisfaction on Kopi Kenangan Mobile App*. 2(1).
- Schrepp, M. (2023). User Experience Questionnaire Handbook Version 11. In <https://www.ueq-online.org/Material/Handbook.pdf>. www.ueq-online.org



- Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2017). Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ). *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 4(4), 40. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2017.445>
- Sukmawati Wijaya, I., Sandora, N., Anis Laelatul Fitriyah, U., Ariodutho, S., Pemasaran Internasional, M., & Bina Madani, P. (2022). *Strategi Marketing 5.0 Tomoro Coffee Dalam Persaingan Franchise Di Indonesia*. <http://dx.doi.org/00.00000/000000>
- Ulhaq, D., Masa, A. P. A., & Setyadi, H. J. (2024). Analisis Perbandingan User Experience Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Tokopedia Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 3(1), 37-44. <https://doi.org/10.30872/atasi.v3i1.1183>