

ANALISIS PENGARUH USABILITY DESAIN FITUR GOFOOD PADA APLIKASI GOJEK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA

Itsna Sabila Hidayati¹⁾, Januar Pancaran Nur Fajri²⁾, Muhammad Alvin Adinata³⁾,
Rangga Wicaksana⁴⁾, Florentina Yuni Arini⁵⁾

^{1,2,3,4,5)}Teknik Informatika, Universitas Negeri Semarang
Sekaran, Kec. Gunung Pati - Semarang

Email : itsnasabil@students.unnes.ac.id¹⁾, januar352@students.unnes.ac.id²⁾,
alvinadinata1325@students.unnes.ac.id³⁾, ranggawicaksana@students.unnes.ac.id⁴⁾,
floyuna@mail.unnes.ac.id⁵⁾

ABSTRACT

GoFood, a feature of the Gojek application for online food ordering, has become a popular choice among the public. GoFood combines online motorcycle taxi services with food ordering services that allow users to order food and drinks without having to go to the service provider. In its development, the implementation of effective usability, including the components of learnability, efficiency, memorability, errors, and satisfaction, is an important focus to improve user experience and satisfaction. The purpose of this study is to evaluate each of these components and provide suggestions to improve user satisfaction. The method used is a survey through a questionnaire with the Google Form platform to respondents. The results of this study indicate that the five components of GoFood usability have a significant effect on user satisfaction.

Keywords: *GoFood, Usability, User Satisfaction*

ABSTRAK

GoFood, sebuah fitur aplikasi Gojek untuk pemesanan makanan secara daring, telah menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat. GoFood menggabungkan layanan ojek online dengan layanan pemesanan makanan yang memungkinkan pengguna memesan makanan dan minuman tanpa harus pergi ke tempat penyedia layanan tersebut. Dalam pengembangannya, pengimplementasian usability yang efektif, yang terdiri dari komponen learnability, efficiency, memorability, errors, dan satisfaction, menjadi fokus penting untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi setiap komponen tersebut dan memberikan saran guna meningkatkan kepuasan pengguna. Metode yang digunakan adalah survei melalui kuesioner dengan platform Google Form kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelima komponen usability GoFood berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Kata Kunci : *GoFood, Usability, Kepuasan Pengguna*

1. PENDAHULUAN

Semakin lama tentu saja teknologi digital akan mengalami kemajuan termasuk juga di Indonesia, salah satunya ada pada sektor layanan *online*. Salah satu perusahaan yang berhasil menangkap peluang ini adalah Gojek, yang awalnya didirikan sebagai platform untuk memudahkan masyarakat mengakses layanan ojek. Dengan cepat, Gojek bertransformasi menjadi ekosistem multi-layanan yang mencakup transportasi, logistik, pembayaran digital, dan pengiriman makanan melalui fitur GoFood. Sebagai bagian integral dari aplikasi Gojek, GoFood telah menjadi salah satu layanan yang paling banyak diminati oleh konsumen, karena memungkinkan pengguna memesan makanan dengan mudah dan cepat dari berbagai restoran dan pedagang makanan lokal. Melalui GoFood, Gojek tidak hanya memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga memberi dampak positif bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang kini memiliki akses lebih luas ke pasar dan dapat menjangkau konsumen di berbagai lokasi. Paramita et al. (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa faktor kenyamanan, variasi produk, dan ketersediaan layanan sepanjang hari menjadi alasan utama pengguna memilih layanan GoFood[6]. Aspek diskon dan promosi yang sering ditawarkan juga menjadi pendorong penggunaan GoFood, sebagaimana menurut Widyastuti et al. (2021), di mana pengguna lebih termotivasi menggunakan layanan ini karena penawaran-penawaran menarik yang disediakan[11]. Peran GoFood dalam memperkuat ekosistem ekonomi digital Indonesia ini mencerminkan potensi besar layanan berbasis teknologi dalam mendukung sektor UMKM sekaligus memperkaya pilihan konsumen dalam dunia digital

yang semakin dinamis. Kepopuleran GoFood di Indonesia dapat terlihat dari hasil riset Tenggara Strategies yang menunjukkan bahwa GoFood adalah aplikasi paling banyak digunakan konsumen Indonesia (76%), diikuti ShopeeFood (72%) dan GrabFood (64%)[8]. Tak sampai situ saja, lembaga riset global independen UXalliance, Usaria, dan Somia CX (2020) menemukan bahwa GoFood menduduki peringkat pertama dalam kategori paling ramah pengguna, mengalahkan 46 aplikasi pengantaran makanan lainnya dari berbagai negara di seluruh dunia, dan menduduki peringkat dua dalam kategori pengalaman pelanggan[10].

Pengguna menggunakan GoFood yang merupakan layanan pengantaran makanan dari Gojek, untuk memenuhi kebutuhan makanan harian pengguna. Widyastuti et al. (2021) menunjukkan bahwa salah satu kekuatan GoFood terletak pada fleksibilitas metode pembayarannya[11]. Hal ini menunjukkan bahwa *usability* GoFood, yang mencakup komponen seperti *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors*, dan *satisfaction*, sangat mempengaruhi pengalaman pengguna atau *user experience*. Santi (2020) dalam penelitiannya mengenai *usability* Gojek mengungkapkan bahwa faktor *usability* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna[7]. Sangat penting bagi GoFood untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan kemudahan menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berubah dengan melihat ulasan pelanggan. Ulasan pelanggan berdampak besar pada kepercayaan dan keputusan konsumen, menurut penelitian Pasi & Sudaryanto (2021)[12]. Penelitian ini bertujuan untuk lebih mendalami faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi pengguna dengan aplikasi GoFood, dan untuk mengidentifikasi aspek *usability* yang

dapat diperbaiki agar pengguna dapat merasakan kemudahan, efisiensi, serta kepuasan yang lebih tinggi saat menggunakan aplikasi ini.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan pendekatan statistik deskriptif dengan metode kuantitatif, yang dilakukan melalui kuesioner langsung kepada para responden. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan dan penganalisisan data dalam bentuk angka yang dapat diolah dalam bentuk statistik. Data yang diperoleh akan diolah untuk mendapatkan kesimpulan yang bersifat keseluruhan berdasarkan pola dan kecenderungan yang ada dalam data tersebut. Penelitian diawali dengan mengobservasi desain dari fitur GoFood pada aplikasi Gojek. Pengunduhan aplikasi Gojek dapat dilakukan melalui Play Store bagi pengguna Android dan App Store bagi pengguna iPhone, di mana fitur GoFood dapat ditemukan setelah aplikasi diunduh. Selain itu, pengguna juga dapat mengakses GoFood melalui website dengan mencarinya di Google, dan dapat langsung menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menilai dan mengevaluasi komponen usability fitur GoFood demi mendukung pengalaman pengguna. Menurut Jakob Nielsen (2012), usability merupakan atribut kualitas yang menilai seberapa mudah sebuah antarmuka pengguna digunakan. Lalu dirumuskan dalam Nielsen's Usability Heuristics dan standar internasional ISO 9241-11, usability mempunyai lima komponen utama yang dapat menentukan kemudahan desain antarmuka, diantaranya:

2.1 *Learnability* (Kemudahan Mempelajari)

Learnability diukur dari seberapa mudah seorang pengguna mampu menyelesaikan

kegiatan yang diinginkan ketika pertama kali melihat antarmuka pengguna. Manfaat dari adanya komponen ini adalah pengguna dapat dengan mudah memahami cara kerja fitur dan mulai menggunakannya tanpa kebingungan. Hornbæk, K. (2006) menekankan soal pentingnya *learnability* dalam memastikan pengguna dapat menggunakan sistem dengan cepat setelah melakukan interaksi pertamanya dengan suatu sistem[2].

2.2 *Efficiency* (Efisiensi)

Efficiency diukur dari seberapa cepat seorang pengguna dapat menyelesaikan tugas yang diinginkan setelah mempelajari antarmuka pengguna. Benefit yang didapatkan dengan adanya efisiensi diantaranya yaitu pengguna dapat menyelesaikan tugas pengguna dengan cepat, yang dapat membantu agar lebih produktif, tidak membuang waktu, dan menyenangkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Dalam penelitiannya, Nielsen, J. (1994) menekankan *efficiency* sebagai kemampuan pengguna untuk dapat menyelesaikan tugasnya dengan cepat sehingga mencerminkan produktivitas dan kepuasan terhadap suatu sistem[4].

2.3 *Memorability* (Kemudahan Mengingat)

Memorability diukur dari seberapa mudah seorang pengguna dapat menggunakan kembali sebuah desain aplikasi ketika pengguna tersebut tidak menggunakannya untuk beberapa saat. Benefit yang didapat dalam komponen ini yaitu pengguna lebih mudah dalam mengingat langkah penggunaan sistem setelah tidak menggunakannya selama beberapa waktu, ini dapat mengurangi kebutuhan waktu untuk belajar ulang. Sauro, J. (2011) menyatakan bahwa *memorability*

membantu pengguna dalam mempertahankan keterampilan pengguna ketika menggunakan sistem meski lama tidak berinteraksi dengannya[9].

2.4 Errors (Kesalahan)

Errors diukur dari seberapa banyak seorang pengguna melakukan kesalahan, seberapa fatal kesalahan tersebut, serta bagaimana cara memulihkan kesalahan tersebut. Adanya komponen ini dapat membuat dalam meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna karena dengan sedikitnya kesalahan dan adanya mekanisme pemulihan yang baik, pengguna merasa lebih percaya diri menggunakan fitur GoFood. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nielsen, J. (1994) menyoroti pentingnya mengukur dan mengurangi kesalahan, serta memberikan mekanisme pemulihan yang efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna[5].

2.5 Satisfaction (Kepuasan)

Satisfaction diukur dari tingkat kepuasan pengguna ketika menggunakan sebuah desain. Dengan adanya tingkat kepuasan yang tinggi maka dapat menciptakan loyalitas pengguna dan mendorong pengguna untuk terus menggunakan fitur. Pengguna yang puas juga lebih mungkin untuk merekomendasikan fitur tersebut kepada orang lain, sehingga fitur tersebut dapat memiliki peminat yang bertambah. Dalam penelitiannya, Lewis, J. R. (2014) menyatakan bahwa kepuasan pengguna adalah hasil akhir dari pengalaman pengguna yang baik, yang mempengaruhi loyalitas dan tingkat rekomendasi sistem kepada orang lain[3].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

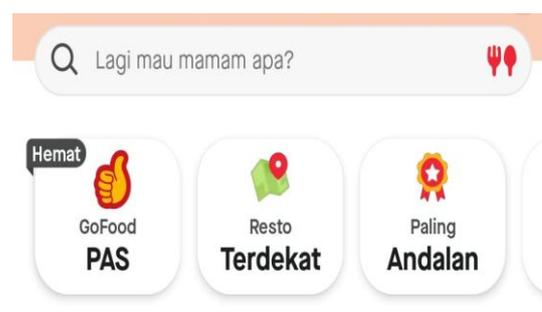
3.1 Analisis Usability

Usability merupakan aspek krusial dari penelitian ini, yang kemudian akan menjadi tolak ukur kepuasan pengguna

ketika menggunakan fitur GoFood. Oleh karena itu, penting untuk mengulas komponen-komponen *usability* dari desain yang menjadi fokus terlebih dahulu. Terdapat beberapa komponen dari *usability* yang menjadi tolak ukur penilaian dalam penelitian ini, seperti yang telah disebutkan dalam metode penelitian.

3.1.1 Learnability (Kemudahan Mempelajari)

Kemudahan untuk mempelajari sebuah desain menjadi salah satu aspek yang perlu untuk dimiliki. GoFood telah mendesain sedemikian rupa sehingga pengguna awam mudah untuk mempelajari ekosistem GoFood, seperti pada potongan gambar beranda GoFood berikut:



Gambar 1. Tampilan pencarian dan rekomendasi kategori pada beranda GoFood

Dari gambar 1, dapat dilihat bahwa terdapat empat buah hal yang menjadi sorotan yang memudahkan pengguna awam untuk mempelajari fitur-fitur dalam GoFood, yakni kolom pencarian serta kategori "GoFoodPAS", "Resto Terdekat", dan "Paling Andalan".

3.1.1.1 Kolom Pencarian

Ikon kaca pembesar pada bagian kiri serta sendok dan garpu pada bagian

kanan dapat mempermudah para pengguna awam untuk tahu bahwa bagian tersebut adalah fitur untuk mencari makanan dan/atau minuman yang diinginkan. Selain itu, tulisan “Lagi mau mamam apa?” juga memperjelas maksud tersebut. Kombinasi ikon dan teks tersebut membuat antarmuka menjadi lebih intuitif dan ramah bagi pengguna baru sehingga pengalaman pencarian menjadi lebih menyenangkan.

3.1.1.2 Ikon Jempol (GoFoodPAS)

Ikon jempol dan tulisan “Hemat” pada bagian atas menjelaskan bahwa GoFoodPAS merupakan kategori unggulan dari GoFood. GoFoodPAS memiliki ikon lain yang bertuliskan “Cuma 22rb”, hal ini dapat menarik pengguna untuk langsung menggunakan kategori ini karena ditampilkan berapa uang yang harus digunakan untuk memesan menu dan mempermudah pertimbangan pengguna karena informasi yang diberikan sudah dijelaskan dari ikonnya saja. Hal tersebut mempermudah pengguna untuk mengakses penggunaan kategori tersebut.

3.1.1.3 Ikon Peta (Resto Terdekat)

Ikon peta yang merepresentasikan resto terdekat memudahkan pengguna untuk langsung menyadari bahwa kategori tersebut menampilkan restoran terdekat dari lokasi pengguna. Fitur ini juga membantu pengguna yang ingin cepat mengisi perut pengguna tanpa harus menunggu lama karena jarak resto yang tidak jauh dari pengguna. Dengan demikian, kategori ini tidak hanya praktis tapi juga relevan bagi pengguna yang ingin mengutamakan kecepatan dan kenyamanan dalam memilih restoran

3.1.1.4 Ikon Penghargaan (Paling Andalan)

Ikon penghargaan memperjelas

bahwa kategori tersebut menampilkan makanan andalan (*rating* tinggi) yang mempermudah pengguna awam yang ingin membeli makanan dan/atau minuman yang disukai pengguna lain. Kategori ini membantu pengguna membuat keputusan lebih cepat karena menampilkan pilihan yang sudah teruji kualitasnya. Ikon penghargaan memberikan kesan terpercaya, sehingga meningkatkan keyakinan pengguna dalam memilih fitur ini.

3.1.2 *Efficiency* (Efisiensi)

Efisiensi dalam memesan makanan tentunya menjadi hal yang sangat penting bagi GoFood. Setelah pengguna mendapatkan restoran yang diinginkan, hal yang langsung muncul di hadapan adalah menu-menu yang ditawarkan di restoran tersebut. Seperti pada potongan gambar berikut:



Gambar 2. Tampilan Pemesanan Menu Restoran

Dari gambar 2, langkah pemesanan dapat dibilang mudah karena ikon-ikon yang tersedia dan fungsinya sudah sangat jelas. Semuanya sudah disajikan secara rinci dalam tampilan.

3.1.2.1 Judul dan Deskripsi Menu

Judul dari menu dicetak tebal serta deskripsi dan harga makanan di bawahnya dapat memudahkan pengguna untuk membedakan antar menu. Penataan nama

dan deskripsi membuat informasi lebih terstruktur dan mudah dibaca, sehingga pengguna dapat menemukan menu yang diinginkan tanpa kebingungan. Selain itu, tampilan yang jelas dan rapi meningkatkan kenyamanan visual saat menjelajahi daftar menu.

3.1.2.2 Gambar Menu dan Ikon Tambah

Gambar dari menu menambah efisiensi dari pengguna untuk memilih menu yang diinginkan. Dengan adanya animasi ketika menekan ikon “Tambah”, pengguna dapat lebih yakin terhadap pilihan pengguna sebelum melakukan pembelian. Selain itu, ketika pengguna menekan ikon “Tambah”, otomatis menu tersebut akan masuk ke dalam *list* menu yang akan dibeli.

3.1.3 Memorability (Kemudahan Mengingat)

Desain yang konsisten, penggunaan ikon yang sederhana, serta fitur seperti estimasi waktu pengiriman dan metode pembayaran yang mudah dikenali sangat membantu pengguna dalam mengingat cara menggunakan aplikasi, bahkan jika pengguna tidak sering melakukan pemesanan. Seperti pada gambar berikut:



Gambar 3. Tampilan Menu Makanan yang Pernah Dibeli

Gambar 3 memberikan informasi menu apa saja yang pernah pengguna pesan sebelumnya pada resto yang sama.

Fitur ini dapat membantu pengguna agar lebih mudah untuk memesan kembali menu yang sudah pernah dibeli tanpa perlu mencarinya lagi walaupun pengguna sudah lama tidak menggunakan GoFood.

3.1.3.1 Gambar dan Judul Menu

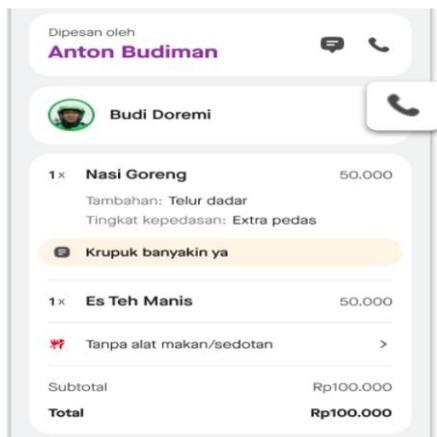
Gambar dan judul menu dapat mengingatkan pengguna dengan mudah tentang pemesanan yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Fitur ini membantu pengguna untuk mengulangi pemesanan tanpa perlu mencari ulang, sehingga menghemat waktu. Selain itu, tampilan yang familiar memberikan pengalaman yang lebih personal dan nyaman bagi pengguna.

3.1.3.2 Ikon Tambah

Bentuk dari ikon tambah yang sama persis dengan ketika memesan suatu menu tentunya memudahkan pengguna untuk mengingat cara memesan makanan sebelumnya. Konsistensi desain menciptakan pengalaman yang intuitif, terutama bagi pengguna yang pernah melakukan pemesanan sebelumnya. Dengan begitu, proses pemesanan menjadi lebih cepat dan tanpa hambatan, bahkan bagi pengguna yang sudah lama atau yang masih menggunakan aplikasi ini

3.1.4 Errors (Kesalahan)

Ketika menggunakan sebuah fitur, pengguna kerap kali melakukan kesalahan. Kesalahan yang sangat sering terjadi di dalam fitur GoFood adalah ketika pengguna salah memberikan pesanan. Namun, GoFood sendiri telah melakukan sesuatu untuk memulihkan hal tersebut, seperti gambar berikut:



Gambar 4. Tampilan Detail Pesanan Menu

Dari gambar 4, terdapat ikon pesan dan telepon untuk menghubungi mitra *driver* ketika pengguna melakukan kesalahan. Diberikan juga penjelasan menu apa saja yang sudah dimasukkan ke dalam *list* untuk mengecek apakah pesanan sudah sesuai atau belum. Fitur ini memudahkan pengguna untuk segera berkomunikasi jika terjadi perubahan pada pesanan

3.1.4.1 Ikon Pesan dan Telepon

Ikon pesan dan telepon tersedia untuk menghubungi mitra *driver* yang bertugas untuk mengantar pesanan pengguna lalu menjelaskan terkait pesanan yang seharusnya. Namun, ikon-ikon tersebut akan hilang jika pengguna sudah menerima pesanan yang diantarkan. Fitur ini memastikan komunikasi yang lancar antara pengguna dan mitra *driver* selama proses pengantaran berlangsung.

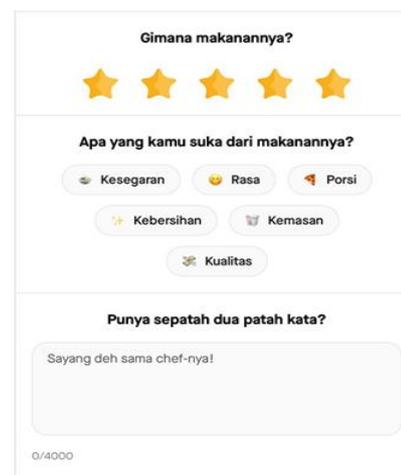
3.1.4.2 Detail Pesanan

Detail pesanan yang sudah dipesan dapat memudahkan pengguna untuk melihat bahwa pesanan yang saat itu dipesan salah. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk segera mengidentifikasi kesalahan dalam pesanan sebelum terlambat. Dengan begitu, pengguna dapat

langsung mengambil tindakan koreksi, seperti menghubungi mitra *driver*.

3.1.5 Satisfaction (Kepuasan)

Setelah pengguna melakukan pesanan dan mendapatkan pesanan yang diinginkan, pengguna akan dihadapkan dengan laman yang menentukan kepuasan pengalaman pengguna selama memesan hingga menerima pesanan, seperti pada gambar berikut:



Gambar 5. Tampilan Ulasan Pengguna

Dapat dilihat dari gambar 5, laman tersebut memudahkan pengguna untuk menyampaikan keluhan maupun kepuasan pengguna secara langsung kepada restoran yang pengguna pesan. Hal ini memberikan peluang bagi restoran untuk meningkatkan kualitas layanan berdasarkan *feedback* pengguna. Selain itu, fitur ini membantu menciptakan hubungan yang lebih baik antara pengguna dan resto.

3.1.5.1 Ikon 5 bintang

Dari ikon 5 bintang yang tersedia, pengguna dapat memberikan ulasan seberapa baik makanan yang sudah diterima oleh pengguna. Desain ini dapat memudahkan pengguna untuk memberikan ulasan secara singkat. Proses

pemberian ulasan yang mudah juga mempercepat interaksi pengguna dengan resto setelah menikmati pesanan yang pengguna terima.

3.1.5.2 Kolom Ulasan

Dari kolom yang tersedia, pengguna dapat menyebutkan apa saja hal yang disukai serta hal yang tidak disukai dari pelayanan yang sudah dilalui. Kolom ini memberikan ruang bagi pengguna untuk memberikan masukan yang lebih spesifik yang dapat digunakan oleh resto agar dapat terus berkembang sesuai dengan ulasan yang diberikan. Dengan cara ini pengguna merasa lebih dihargai karena pendapat pengguna dapat langsung mempengaruhi perbaikan layanan

3.2 Hasil Survei

Penelitian kali ini melibatkan 76 responden yang merupakan pengguna aktif GoFood. Pertanyaan-pertanyaan diukur berdasarkan tanggapan responden dalam tiga kategori yaitu iya, biasa saja, dan tidak. Rumus yang kami gunakan untuk mencari persentase adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{jumlah (frekuensi)}}{76 \text{ orang}} \times 100\%$$

Dari penyebaran survei yang dilakukan, responden paling banyak berusia 19 tahun dengan total 22 responden (28.9%) dan berjenis kelamin perempuan dengan total 51 responden (67.1%). Berikut adalah pertanyaan dan hasil dari instrumen penelitian ini:

3.2.1 Pertanyaan

Setiap pertanyaan dalam kuesioner disusun secara spesifik untuk menilai berbagai aspek penting, mulai dari kemudahan akses, kepuasan pengguna,

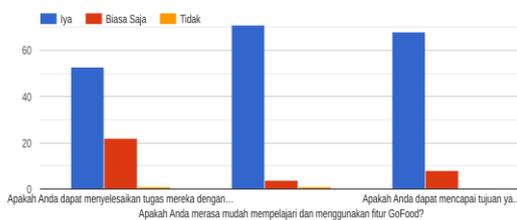
hingga efektifitas fitur dalam GoFood. Panduan dalam menuliskan pertanyaan survei tersebut didasarkan pada prinsip-prinsip *usability* yang digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap suatu antarmuka. Prinsip-prinsip ini, seperti *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors*, dan *satisfaction*, merupakan elemen penting yang dirumuskan dalam *Nielsen's Usability Heuristics* dan standar internasional ISO 9241-11. Berikut adalah rangkuman dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam survei ini:

- 1). Apakah Anda dapat menyelesaikan tugas yang Anda lakukan dengan cepat menggunakan fitur GoFood? (Didasarkan pada komponen *efficiency*)
- 2). Apakah Anda merasa mudah mempelajari dan menggunakan fitur GoFood? (Didasarkan pada komponen *learnability*)
- 3). Apakah Anda dapat mencapai tujuan yang anda inginkan seperti (membeli makanan) dengan baik menggunakan fitur GoFood? (Didasarkan pada komponen *efficiency*)
- 4). Apakah Anda merasa mudah mengingat cara menggunakan fitur GoFood setelah tidak menggunakannya beberapa waktu? (Didasarkan pada komponen *memorability*)
- 5). Apakah Anda merasa puas saat menggunakan fitur GoFood? (Didasarkan pada komponen *satisfaction*)
- 6). Apakah fitur GoFood cepat dimuat dan berfungsi setelah dibuka? (Didasarkan pada komponen *errors*)

7). Apakah respons fitur GoFood terhadap input pengguna, seperti klik, gesekan, atau ketukan sudah baik? (Didasarkan pada komponen *errors*)

3.2.2 Hasil

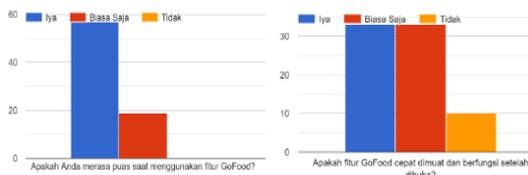
Data yang telah terkumpul ini memberikan gambaran lebih jelas mengenai kebutuhan dan preferensi pengguna, yang dapat digunakan sebagai dasar perbaikan fitur di masa mendatang. Berikut disajikan data responden kuesioner:



Gambar 6. Hasil Responden Kuesioner Pertanyaan 1-3



Gambar 7. Hasil Responden Kuesioner Pertanyaan 4-5



Gambar 8. Hasil Responden Kuesioner Pertanyaan 6-7

3.2.2.1 Pertanyaan pertama (Gambar 6) :

- 53 atau 69.8% orang menjawab “Ya”
- 22 atau 28.9% orang menjawab

“Biasa Saja”

- 1 atau 1.3% orang menjawab “Tidak”

Tanggapan ini mengindikasikan bahwa hampir semua responden merasa fitur GoFood dapat membantu pengguna menyelesaikan tugas. Namun, masih ada sekitar 28.9% responden merasa bahwa bantuan pengguna dalam menyelesaikan tugas dalam fitur GoFood biasa saja. Ternyata tidak hanya itu, ada 1.3% pengguna masih merasa bahwa fitur GoFood tidak membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas.

3.2.2.2 Pertanyaan kedua (Gambar 6) :

- 71 atau 93.4% orang menjawab “Ya”
- 4 atau 5.3% orang menjawab “Biasa Saja”
- 1 atau 1.3% orang menjawab “Tidak”

Tanggapan ini mengindikasikan bahwa hampir semua responden merasa fitur GoFood mudah dipelajari dan digunakan. Namun, masih ada sekitar 4% responden merasa bahwa kemudahan mempelajari dan menggunakan fitur GoFood biasa saja. Ternyata tidak hanya itu, ada 1.3% pengguna masih merasa bahwa fitur GoFood tidak mudah untuk dipelajari dan digunakan.

3.2.2.3 Pertanyaan ketiga (Gambar 6) :

- 68 atau 89.5% orang menjawab “Ya”
- 8 atau 10.5% orang menjawab “Biasa saja”
- Tidak ada yang menjawab “Tidak”

Tanggapan ini mengindikasikan bahwa hampir semua responden merasa fitur GoFood dapat membantu tujuan

pengguna. Namun masih ada sekitar 10.5% responden merasa bahwa fitur GoFood dalam mencapai tujuan pengguna masih biasa saja.

3.2.2.4 Pertanyaan keempat (Gambar 7) :

- 57 atau 75% orang menjawab “Iya”
- 19 atau 25% orang menjawab “Biasa Saja”
- Tidak ada yang menjawab “Tidak”

Berdasar tinjauan menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa mudah mengingat cara menggunakan fitur GoFood setelah tidak menggunakannya beberapa waktu. Namun, ada sekitar 25% responden merasa bahwa kemudahan mengingat dalam pengoperasian fitur GoFood masih biasa saja, sehingga mungkin ada beberapa aspek seperti desain yang mudah diingat dapat ditingkatkan lagi untuk memenuhi harapan sebagian pengguna.

3.2.2.5 Pertanyaan kelima (Gambar 7) :

- 57 atau 75% orang menjawab “Iya”
- 19 atau 25% orang menjawab “Biasa saja”
- Tidak ada yang menjawab “Tidak”

Berdasarkan hasil responden tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa fitur GoFood sangat baik dalam merespon input pengguna seperti gesekan, ketukan, atau klik. Namun, ada sekitar 25% responden merasa bahwa respons input dari fitur GoFood biasa saja. Fakta tidak ada yang menjawab “tidak” dapat diartikan bahwa setidaknya dalam fitur GoFood

memberikan respons yang mudah diterima oleh semua kalangan pengguna.

3.2.2.6 Pertanyaan keenam (Gambar 8) :

- 57 atau 75% orang menjawab “Iya”
- 19 atau 25% orang menjawab “Biasa saja”
- Tidak ada yang menjawab “Tidak”

Hasil ini membuktikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa GoFood dapat membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan terutama dalam bidang F&B. Namun, masih ada sekitar 25% responden mengalami pengalaman yang biasa saja. Hal ini menunjukkan bahwa bagi sejumlah pengguna merasa bahwa layanan GoFood perlu ditingkatkan lagi agar lebih efisien.

3.2.2.7 Pertanyaan ketujuh (Gambar 8) :

- 33 atau 43.4% orang menjawab “Iya”
- 33 atau 43.4% orang menjawab “Biasa saja”
- 10 atau 13.2% orang menjawab “Tidak”

Hasil ini menunjukkan bahwa separuh responden (43.4%) merasa puas dengan kecepatan dan kinerja GoFood, sementara jumlah yang sama (43.4%) merasa kinerja fitur ini biasa saja. Selain itu, terdapat 13.2% responden menganggap kinerjanya tidak memuaskan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden menyatakan kepuasan pengguna dengan menjawab “iya” pada seluruh instrumen penelitian yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa

komponen usability fitur GoFood berkontribusi sangat besar terhadap kenyamanan dan kepuasan pengguna ketika menggunakan fitur tersebut. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Jakob Nielsen tahun 2012 yaitu dalam usability mencakup lima komponen utama: *learnability, efficiency, memorability, errors, dan satisfaction*. Desain antarmuka GoFood yang sederhana dan minimalis mendukung komponen learnability, sementara fitur estimasi waktu dan metode pembayaran memudahkan pengguna untuk mengingat penggunaan aplikasi (*memorability*). Meskipun halaman pemesanan tampak ramai, fitur seperti pembatalan pesanan tetap mudah digunakan dan meminimalkan potensi kesalahan (*errors*). Secara keseluruhan, desain GoFood yang responsif dan efisien memberikan pengalaman yang lancar, memenuhi harapan, serta menghasilkan tingkat satisfaction yang kuat. Namun dalam instrumen lain seperti aksesibilitas, kecepatan dan kinerja, serta interaktivitas masih membutuhkan peningkatan agar semua pengguna dapat menggunakan fitur ini dengan nyaman tanpa hambatan.

5. SARAN

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan topik desain usability GoFood dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna adalah untuk melakukan analisis yang lebih kompleks terhadap jawaban responden, seperti melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan metode analisis lainnya untuk memahami pengalaman pengguna dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna secara lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Aziz, F., Saputri, D. U. E., Khasanah, N., & Hidayat, T. (2023). Penerapan UI/UX dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Warung Makan). *Jurnal Infortech*,

5(1), 1-8.

[2] Hornbæk, K. (2006). Current practice in measuring usability: Challenges to usability studies and research. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(2), 79-102.

[3] Lewis, J. R. (2014). Usability: Lessons learned... and yet to be learned. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 30(9), 663-684.

[4] Nielsen, J. (1994). Severity ratings for usability problems. *Usability Engineering*.

[5] Nielsen, J. (1994). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann Publishers Inc.

[6] Paramita, M., Supriyadi, S., & Hastuti, P. W. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan GoFood di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 234-245.

[7] Santi, S. (2020). Analisis User Experience dan User Interface Aplikasi Gojek Terhadap Kepuasan Pengguna dengan Metode Usability (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).

[8] Strategics, T. (2022). Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia. *Public Research*.

[9] Sauro, J. (2011). Measuring usability with the System Usability Scale (SUS). *MeasuringU*.

[10] Usaria & UXalliance. (2020). *Delivery apps in time of COVID-19: Global Benchmark*. https://usaria.mx/global-research/DeliveryAppsintimeofCOVID19_Research/Usaria UXAlliance 150720.pdf

[11] Widyastuti, T., Darma, S., & Rahardjo, S. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen GoFood di Jakarta. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 15(1), 102-115.

[12] Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1-12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.