

## Analisis Pengujian *Usability* untuk Membandingkan Kemudahan Transaksi pada BukaLapak dengan Lazada

Tegar Wahyudi<sup>1</sup>, Fitra A. Bachtiar<sup>2</sup>, Mochamad Chandra Saputra<sup>3</sup>

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya

Email: <sup>1</sup>the.tewah01@gmail.com, <sup>2</sup>fitra.bachtiar@ub.ac.id, <sup>3</sup>andra@ub.ac.id

### Abstrak

Lazada dan BukaLapak adalah *e-commerce* yang telah menerapkannya teknologi mobile. Lazada dan BukaLapak memiliki reting dan downloader terbanyak di bandingkan para pesaingnya. Tetapi di awal tahun 2017 Lazada sudah mendapat banyak keluhan yang mengacu pada permasalahan *Usability*. Pada penelitian ini menggunakan teori McCall dimana *Usability* mempunyai 3 matrik yaitu *Operability*, *Communicativeness* dan *Training*. *Operability* untuk melihat sejauh mana pengguna dapat mengoperasikan sebuah aplikasi, *Communicativeness* untuk melihat kesesuaian data input dengan data output dilihat dari sisi pengguna dan *Training* untuk melihat sejauh mana pengguna baru dapat mengoperasikan aplikasi. Penelitian dimulai dengan pembuatan instrumen, pengumpulan data, dan dilanjutkan dengan pengujian statistika. Pada pembuatan instrumen peneliti berpedoman dengan pertanyaan yang ada pada artikel milik McCall. Pengumpulan data kuesioner digunakan untuk mengukur *Operability* dan *Communicativeness*, sedangkan *task* digunakan untuk mengukur *Training*. Uji statistika menggunakan uji *t independent* untuk melihat perbandingan antara Lazada dan BukaLapak. Dari hasil perbandingan dari ketiga matrik tersebut disimpulkan bahwa untuk *Operability*, *Communicativeness* dan *Training* tidak terdapat perbedaan antara aplikasi Lazada dan aplikasi BukaLapak.

**Kata kunci:** *Usability*, *McCall*, *E-Commerce*

### Abstract

*Lazada and BukaLapak are e-commerce that have been applying mobile application technology. Lazada and BukaLapak have reting and highest downloader compared to its competitors. But earlier in the year 2017 Lazada has received many complaints in reference to problems of Usability. This research use theory of McCall in which Usability has 3 matrix, namely: Operability, Communicativeness and Training. Operability matrix is to see the extent to which users can operate an application, Communicativeness matrix is to see the suitability of data input with output data seen from the users. Training matrix is to see the extent to which new users can operte application. The research began with the making of instruments, data collection, and continued with the statistical testing. In the making of the instruments the questions are based on the article belong to McCall. Data collection questionnaire used to measure Operability and Communicativeness, whereas the task used to measure Training. Statistical test using independent t test to see a comparison between the Lazada and BukaLapak. From the results of the comparison of the three matrix such that for Operability, Communicativeness and Training there is no difference between BukaLapak and Lazada.*

**Keywords:** *Usability*, *McCall*, *E-Commerce*

### 1. PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini membuat para pengusaha mulai mempertimbangkan usaha di bidang *e-commerce*. *E-commerce* sendiri menjadi tambang emas yang sangat menguntungkan bagi sebagian pengusaha yang bisa melihat

potensi ke depannya. Pertumbuhan ini didukung dengan adanya data dari Menkominfo bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2013 mencapai Rp130 triliun (Mitra, 2014).

Yahoo dan Mindshare telah melakukan survei tahun 2013 dengan hasil terdapat lebih dari 41,3 juta pengguna *smartphone* yang berada di Indonesia. Hal inilah yang juga membuat para pengembang *e-commerce* mulai

merambah ke aplikasi *smartphone*. Lazada dan BukaLapak adalah salah satu *e-commerce* yang sudah menerapkan penjualan menggunakan aplikasi di *smartphone*. Di Playstore Lazada dan BukaLapak memiliki rating dan downloader yang paling tinggi di bandingkan para pesaingnya yaitu 4.2 untuk Lazada dengan downloader sebanyak 787,857 dan 4.1 untuk BukaLapak dengan downloader 388,407.

Tetapi pada awal tahun 2017 Lazada telah mendapat banyak keluhan dari para pengguna, bahkan pada sebuah survey yang dilakukan *Trustedcompany* Lazada hanya mendapatkan rating 1.9 yang bisa dikatakan hasil ini cukup rendah. *Trustedcompany* sendiri merupakan sebuah situs forum terbuka untuk melihat dan membuat *review* atau ulasan konsumen tentang cara kerja perusahaan berbasis *e-commerce*.

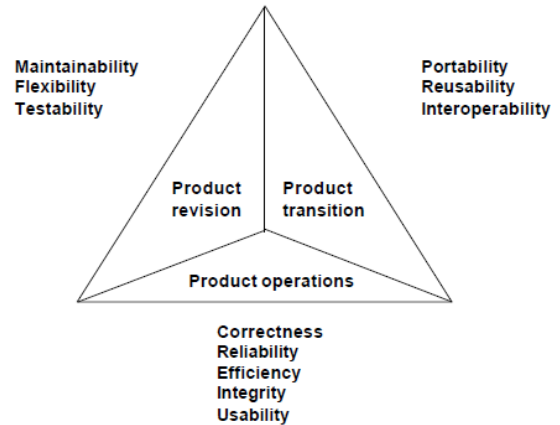
Dari banyaknya *review* Lazada dan BukaLapak yang ada pada *trustedcompany.com* kebanyakan pengguna mengeluh tentang kesulitan saat melakukan pemesanan, kesulitan untuk melakukan pembatalan, dan beberapa fungsi yang tidak mengeluarkan output dengan semestinya. *Review* yang di dapat oleh Lazada dan BukaLapak ini mengacu permasalahan pada *Usability*.

Pada penelitian ini pengujian *Usability* di gunakan untuk mengetahui perbedaan kualitas perangkat lunak antara Lazada dan BukaLapak, yang berfokus pada kemudahan transaksi dilihat dari sudut pandang pengguna. Matrik *Operability*, *Training* dan *Communicativeness* digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah hasil perbandingan dari lazada dan bukalapak.

## 2. DASAR TEORI

### 2.1 Software Quality

Model kualitas McCall berfungsi menjembatani kesenjangan pengguna dan pengembang yang berfokus pada sejumlah faktor kualitas perangkat lunak yang mencerminkan pandangan pengembang dan pengguna. Pada Gambar 1 McCall mendefinisikan kualitas perangkat lunak menjadi 3 karakteristik yaitu *Product Operations*, *Product Revision*, dan *Product Transition* (McCall, 1977).



Gambar 1. Model Faktor Kualitas McCalls

Secara keseluruhan, McCall membagi tiga jenis karakteristik kualitas sebagai pandangan relasional utama (prespektif utama) dalam penyusunannya. Dari tiga jenis karakteristik kualitas tersebut kemudian diidentifikasi menjadi 11 faktor kualitas untuk menentukan atau menggambarkan pandangan eksternal dari perangkat lunak dilihat dari sudut pandang pengguna.

Untuk setiap faktor kualitas McCall mendefinisikan satu atau lebih matrik (cara pengukuran). McCall menyusun 23 matrik untuk membangun atau menjelaskan pandangan internal dari perangkat lunak (yang terlihat oleh pengembang) untuk mengevaluasi kualitas suatu produk untuk masing-masing faktor kualitasnya.

Peneliti mengambil satu dari 11 faktor kualitas McCall, yaitu *Usability* (kemudahan perangkat lunak) untuk analisis kemudahan transaksi yang ada pada Lazada dan BukaLapak. *Usability* dipilih karena kegunaan fungsi-fungsinya sesuai untuk analisis kemudahan transaksi yang ada pada Lazada dan BukaLapak.

### 2.2 Faktor Usability

Faktor *Usability* ini memiliki 3 (tiga) matrik, yaitu: *Operability*, *Training*, dan *Communicativeness*. Dari ketiga matrik tersebut digunakan untuk membantu melakukan analisis terhadap kemudahan transaksi antara Lazada dan BukaLapak. Dalam pengambilan data *Operability*, *Training*, dan *Communicativeness* dapat menggunakan bentuk pertanyaan yang memungkinkan subjek menjawab "ya" atau "tidak" (Xenos, 2001).

*Operability* adalah kemudahan dalam mengoperasikan program (McCall, 1980). Dalam *Operability* pengukurannya

menggunakan pernyataan-pernyataan yang diberikan pada pengguna aplikasi (kuesioner) (Mulyanto, 2016). *Training*, sejauh mana produk perangkat lunak membantu pemakaian baru untuk menggunakan sistem (McCall,1980). Dalam pengambilan data *Training* menggunakan metode pemberian tugas pada pengguna baru dengan berbasis waktu (Mulyanto, 2016). *Communicativeness* adalah sejauh mana tingkat kesesuaian antara data (*input*) yang dimasukkan dengan hasil dari data yang ditampilkan (*output*). (McCall, 1980).

### 2.3 Uji T

Uji T independen adalah bagian dari statistik inferensial parametrik (uji beda). Uji T dapat dilakukan jika data telah berdistribusi normal (Walpole, 2011). Berikut ini adalah syarat yang harus terpenuhi jika ingin melakukan uji T menurut Raharjo (2015):

1. Data yang diuji adalah data kuantitatif (data interval atau rasio).
2. Data harus diuji normalitas dan hasilnya harus berdistribusi normal.

Uji-T yang digunakan adalah Uji-T independen dua arah. Independen dipilih karena penelitian menggunakan dua sampel yang berbeda (Lazada dan BukaLapak), kedua aplikasi *e-commerce* ini terpisah dan berdiri sendiri atau independen. Sedangkan dua arah dipilih karena pada pernyataan  $H_0$  dan  $H_1$  hanya mengandung persamaan dan pertidaksamaan tanpa memihak satu sisi.

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

$\mu_1$  merepresentasikan Lazada, sedangkan  $\mu_2$  merepresentasikan BukaLapak.

### 3 METODE

Adapun alur penelitian yang dapat dilihat pada pertama yang dilakukan peneliti adalah mencari studi literatur yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan. Referensi teori yang digunakan untuk studi literatur bisa merupakan jurnal, buku maupun penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya.

Setelah studi literatur kemudian peneliti mulai melakukan perancangan kuesioner. Perancangan kuesioner & *task* digunakan agar penelitian dapat berjalan secara sistematis

sehingga pada akhirnya akan didapatkan hasil akurat yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pertanyaan yang dibuat dalam penelitian ini berdasarkan variabel *Usability*. Pertanyaan kuesioner terdiri dari 24 soal untuk menguji *Operability* dan *Communicativeness*. Sedangkan untuk pertanyaan *task* terdiri 5 soal untuk menguji *Training*, dalam pengerjaan *task* digunakan ukuran waktu (detik) untuk mengetahui seberapa lama partisipan dapat menyelesaikan tugas yang diberikan peneliti. Instrumen yang di buat berdasarkan pernyataan dari artikel McCall (1980), dalam artikel milik McCall (1980) telah disusun beberapa pertanyaan yang mewakili setiap matrik. Peneliti menggunakan pertanyaan dari McCall yang di ubah menjadi pernyataan disesuaikan dengan studikusus dalam penelitian ini.

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas isi dilakukan oleh Bapak Admaja Dwi Herlambang, S.Pd., M. Pd, Ibu Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd, Bapak Suprpto, S.T, M.T dan Bapak Ismiarta Aknuranda, S.T, M.Sc, Ph.D. Masing-masing pernyataan diuji dan diberikan komentar. Pernyataan yang diberi komentar diperbaiki sesuai saran dari penguji. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan 30 sampel uji. Dalam pengujian validitas dan realibilitas peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Setelah instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. langkah selanjutnya adalah pengumpulan data dengan metode penyebaran secara online untuk kuesioner, kuesioner akan disebarkan dalam bentuk Google Form kepada responden dengan syarat adalah pernah menggunakan atau melakukan transaksi pada aplikasi BukaLapak maupun Lazada dan berusia antara 18–25 tahun. Link kuesioner akan didistribusikan pada berbagai sosial media seperti line, whatsapp, instgram guna memperluas penyebaran kuesioner tersebut. Sedangkan untuk *task* peneliti akan mendatangi satu persatu calon partisipan yang akan melakukan *task*.

Data di kumpulkan lalu di rekap ke excel yang kemudian dilakukan pengujian *Usability*. Data yang di dapat akan dilakukan uji statistika dengan menggunakan uji T independen, dalam proses mengelola data hasil pengujian peneliti menggunakan *software* IBM SPSS.

Untuk kuisoner peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan responden. Untuk kuesioner populasi yang di ambil adalah

dari jumlah downloader Lazada dan BukaLapak yang ada di Playstore, jumlah keseluruhan dari downloader kedua aplikasi tersebut adalah 1,077,264. Dari jumlah keseluruhan *downloader* kemudian di masukkan pada rumus (1).

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \tag{1}$$

$$n = \frac{1077264}{1 + 1077264(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1077264}{10773,64}$$

$$n = 99,9907181$$

Keterangan:

N= Jumlah populasi

n= Sampel yang akan diambil

e= Taraf kesalahan yang dikehendaki

Berdasar perhitungan menggunakan rumus yang ada pada rumus (1) di dapatkan hasil responden yang diambil adalah **99,9907181** lalu di bulatkan menjadi 100 responden dengan tingkat kesalahan 10%. Sedangkan untuk pemberian *task* kepada pengguna baru penetapan populasi sampelnya menggunakan convenience sampling dengan sampel pengujian adalah 20 pengguna dengan syarat yang belum pernah melakukan transaksi di Lazada dan BukaLapak.

Kuesioer disebarakan mulai tanggal 23 Mei 2017 – 27 Mei 2017. Data yang diperoleh adalah sebesar 161 responden dengan responden yang memenuhi syarat sebesar 115 untuk Lazada, Sedangkan untuk BukaLapak di peroleh 137 responden dengan responden yang memenuhi syarat sebesar 101. Selain kuesioner data juga di ambil melalui *task, task* di berikan kepada responden dengan syarat responden berusia antara 18 – 25 tahun dan belum pernah bertransaksi di Lazada ataupun BukaLapak melalui *smartphone*. Peneliti mendatangi langsung calon responden pada tanggal 10 – 11 Mei 2017. Data yang di peroleh sebesar 20 responden untuk Lazada dan 20 responden untuk BukaLapak.

#### 4 ANALISIS DAN HASIL

Sebelum melakukan uji t independent terlebih dahulu adalah mencari mean dan standart deviasi, kemudian melakukan uji normalitas sebagai syarat untuk melakukan uji t

independetn. Dalam penelitian ini pengujian akan dilakukan tiap indikator.

#### 4.1 Mencari mean dan standart deviasi

Hasil perhitungan mean dan standart deviasi dari *Operability* dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *Operability*

KODE	TOTAL SKOR	
	LAZADA	BUKALAPAK
OP1	413	397
OP2	413	400
OP3	402	398
OP4	394	381
OP5	359	356
OP6	405	382
OP7	374	375
OP8	408	404
OP9	406	391
OP10	378	365
MEAN	395,20	384,90
STANDART DEVIASI	18,600	15,989

Dari hasil Tabel 1 dapat dilihat Lazada mendapatkan mean sebesar 395,20 dengan standart deviasi sebesar 18,600. Sedangkan untuk BukaLapak mendapat mean sebesar 384,90 dengan standart deviasi sebesar 15,989.

Tabel 2. Hasil *Communicativeness*

KODE	TOTAL SKOR	
	LAZADA	BUKALAPAK
CM1	401	392
CM2	371	377
CM3	445	352
CM4	445	378
CM5	481	417
CM6	422	380
CM7	425	384
CM8	414	362
CM9	413	368
CM11	430	388
CM12	411	375
CM13	418	382
CM14	425	362
MEAN	378,00	382,46
STANDART DEVIASI	23,477	16,626

Dari hasil Tabel 2 dapat dilihat Lazada mendapatkan mean sebesar 378,00 dengan standart deviasi sebesar 23,477. Sedangkan untuk BukaLapak mendapat mean sebesar 382,46 dengan standart deviasi sebesar 16,626.

Tabel 3. Hasil *Training*

KODE	TOTAL SKOR	
	LAZADA	BUKALAPAK
TR1	111	143

TR2	131	125
TR3	406	378
TR4	490	389
TR5	217	169
MEAN	271	240,8
STANDART DEVIASI	75,598	58,701

Dari hasil tabel 3 dapat dilihat Lazada memndapatkan mean sebesar 271 dengan standart deviasi sebesar 75,598. Sedangkan untuk BukaLapak mendapat mean sebesar 240,8 dengan standart deviasi sebesar 58,701.

**4.2 Uji Normalitas**

Uji normalitas *Operability*, *Communicativeness* dan *Training* menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas pada *Operability* yang dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normaslitas *Operability*

		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
GROUP		Statistic	Df	Sig.
<i>OPERABILITY</i>	LAZADA	,243	10	,098
	BUKALAPAK	,175	10	,200*

Pada tabel 4 terlihat bahwa nilai sig *Operability* Lazada adalah 0,098. Sedangkan nilai sig. *Operability* BukaLapak adalah 0,200. Keempat nilai sig. tersebut lebih dari 0,05 (sig level), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data *Operability* berdistribusi normal. Berikutnya adalah hasil uji normalitas untuk *Communicativeness* yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji normalitas *Communicativeness*

		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
GROUP		Statistic	Df	Sig.
<i>COMMUNICATIVENESS</i>	LAZADA	,192	13	,200*
	BUKALAPAK	,150	13	,200*

Pada tabel 5 terlihat bahwa nilai sig. *Communicativeness* Lazada adalah 0,200. Sedangkan nilai sig. *Communicativeness* BukaLapak adalah 0,200. Kedua nilai sig. tersebut lebih dari 0,05 (sig. level), sehingga dapat disimpulkan bahwa data *Communicativeness* berdistribusi normal. Berikutnya adalah hasil uji normalitas untuk *Training* yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *Training*

		Shapiro-Wilk		
GROUP		Statistic	df	Sig.
<i>TRAINING</i>	LAZADA	,886	5	,338
	BUKALAPAK	,782	5	,058

Pada tabel 6 terlihat bahwa nilai sig. *Training* Lazada adalah 0,338. Sedangkan nilai sig. *Training* BukaLapak adalah 0,058. Kedua nilai sig. tersebut lebih dari 0,05 (sig. level), sehingga dapat disimpulkan bahwa data *Training* berdistribusi normal.

**4.3 Uji T Independent**

Setelah melakukan uji normalitas dan memiliki hasil data yang berdistribusi normal, maka dilanjutkan proses selanjutnya, yaitu Uji-T independen. Berikut merupakan hasil uji t untuk *Operability* yang dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji T *Operability*

		<i>OPERABILITY</i>	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	0,273	
	Sig.	0,608	
t-test for Equality of Means	t	1,328	1,328
	df	18	17,603
	Sig. (2-tailed)	0,201	0,201
	Mean Difference	10,3	10,3
	Std. Error Difference	7,756	7,756
	95% Confidence Interval of the Difference	-5,996 26,596	-6,022 26,622

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat nilai  $F_{hitung} = 0,273$  dan  $F_{Tabel} = 4.41$ ,  $F_{hitung}$  di dapat dengan melihat  $N1 = df$  dan  $N2 =$  jumlah variabel pada Tabel. Sehingga  $F_{hitung} < F_{tabel}$ . Nilai Sig. F = 0.608 dan Sig. level 0.05, sehingga Sig. F > Sig.level. Dari hasil tersebut maka dapat diasumsikan data tersebut memiliki varians data yang sama. Oleh karena itu, nilai  $T_{hitung}$  yang diperhatikan adalah nilai  $T_{hitung}$  pada baris atas (*Equal variances assumed*).

Nilai  $T_{hitung} = 1,328$  dan  $T_{tabel} = 2.101$ , sehingga  $T_{hitung} < T_{tabel}$ ,  $T_{tabel}$  di dapat dengan melihat df dan Pr = sig.level pada Tabel. Jika dilihat nilai Sig. T = 0,201 dan Sig. level = 0.05, sehingga Sig. T > Sig. level. Berdasarkan dua cara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pernyataan  $H_0$  diterima dan pernyataan  $H_1$  ditolak.  $H_0$  diterima berarti  $\mu_1 = \mu_2$ , tidak terdapat perbedaan antara Lazada dan BukaLapak dilihat dari segi kemudahan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Berikutnya adalah hasil dari uji t untuk *Communicativeness* dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji T *Communicativeness*

		COMMUNICATIVENESS	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	0,373	
	Sig.	0,547	
t-test for Equality of Means	T	-0,559	-0,559
	Df	24	21,618
	Sig. (2-tailed)	0,581	0,582
	Mean Difference	-4,462	-4,462
	Std. Error Difference	7,979	7,979
	95% Confidence Interval of the Difference	-21,026	27,344
		12,103	62,502

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat nilai  $F_{hitung} = 0,373$  dan  $F_{tabel} = 4.26$ ,  $F_{hitung} < F_{tabel}$  di dapat dengan melihat  $N1 = df$  dan  $N2 =$  jumlah variabel pada Tabel. Sehingga  $F_{hitung} < F_{tabel}$ . Nilai Sig. F = 0,547 dan Sig. level 0.05, sehingga Sig. F > Sig.level. Dari hasil tersebut maka dapat diasumsikan data tersebut memiliki varians data yang sama. Oleh karena itu, nilai  $T_{hitung}$  yang diperhatikan adalah nilai  $T_{hitung}$  pada baris atas (*Equal variances assumed*).

Nilai  $T_{hitung} = -0,559$  dan  $T_{tabel} = 2.063$ , sehingga  $T_{hitung} < T_{tabel}$ .  $T_{tabel}$  di dapat dengan melihat df dan Pr = sig.level pada Tabel. Jika dilihat nilai Sig. T = 0,581 dan Sig. level = 0.05, sehingga Sig. T > Sig. level. Berdasarkan dua cara tersebut, dapat disimpulkan bahwa

pernyataan  $H_0$  diterima dan pernyataan  $H_1$  ditolak.  $H_0$  diterima berarti  $\mu_1 = \mu_2$ , yang berarti tidak terdapat perbedaan antara Lazada dan BukaLapak dilihat dari segi kesesuaian antara data (*input*) yang dimasukkan dengan hasil dari data yang ditampilkan (*output*). Berikutnya adalah hasil dari uji t untuk *Communicativeness* dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji T *Training*

		TRAINING	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	0,846	
	Sig.	0,385	
t-test for Equality of Means	T	0,316	0,316
	df	8	7,537
	Sig. (2-tailed)	0,76	0,761
	Mean Difference	30,2	30,2
	Std. Error Difference	95,713	95,713
	95% Confidence Interval of the Difference	-190,514	-192,894
		250,914	253,294

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat nilai  $F_{hitung} = 0,846$  dan  $F_{tabel} = 5,32$ ,  $F_{hitung} < F_{tabel}$  di dapat dengan melihat  $N1 = df$  dan  $N2 =$  jumlah variabel pada Tabel. sehingga  $F_{hitung} < F_{tabel}$ . Nilai Sig. F = 0,385 dan Sig. level 0.05, sehingga Sig. F > Sig.level. Dari hasil tersebut maka dapat diasumsikan data tersebut memiliki varians data yang sama. Oleh karena itu, nilai  $T_{hitung}$  yang diperhatikan adalah nilai  $T_{hitung}$  pada baris atas (*Equal variances assumed*).

Nilai  $T_{hitung} = 0,316$  dan  $T_{tabel} = 2.306$ , sehingga  $T_{hitung} < T_{tabel}$ .  $T_{tabel}$  di dapat dengan melihat df dan Pr = sig.level pada Tabel. Jika dilihat nilai Sig. T = 0,760 dan Sig. level = 0.05, sehingga Sig. T > Sig. level. Berdasarkan dua cara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pernyataan  $H_0$  diterima dan pernyataan  $H_1$  ditolak.  $H_0$  diterima berarti  $\mu_1 = \mu_2$ , Aplikasi Lazada sama dengan aplikasi BukaLapak dilihat dari segi kemudahan pengguna baru dalam mengoperasikan sistem.

## 5 KESIMPULAN

Berdasarkan proses pelaksanaan pengujian, analisis hasil hingga pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat perbedaan pada matrik *Operability* antara Lazada dan BukaLapak dilihat dari segi kemudahan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi pada fitur transaksi. Secara deskriptif hasil tanggapan dari responden menyatakan bahwa *Operability* pada aplikasi BukaLapak dan Lazada sama-sama memiliki nilai rata-rata 4, hal ini diartikan bahwa *Operability* untuk aplikasi Lazada dan aplikasi Bukalapak baik.
2. Tidak terdapat perbedaan pada matrik *Communicativeness* antara aplikasi Lazada dan aplikasi BukaLapak dilihat dari segi kesesuaian antara data (*input*) yang dimasukkan dengan hasil dari data yang ditampilkan (*output*) pada fitur transaksi. Secara deskriptif hasil tanggapan dari responden menyatakan bahwa *Communicativeness* pada aplikasi BukaLapak dan Lazada sama-sama memiliki nilai rata-rata 4, hal ini diartikan bahwa *Communicativeness* untuk aplikasi Lazada dan aplikasi Bukalapak baik.
3. Tidak terdapat perbedaan pada matrik *Training* antara Lazada dan BukaLapak dilihat dari segi kemudahan pengguna baru dalam mengoperasikan aplikasi pada fitur transaksi. Secara deskriptif perolehan waktu partisipan lebih cepat menyelesaikan tugas yang ada pada aplikasi BukaLapak dari pada tugas yang ada pada aplikasi Lazada.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal. 2010. *Software Engineering and Testing*. Sudbury : Jones and Baertlett.
- Mulyanto, A. 2016. *Pengujian Sistem Informasi Akademik Menggunakan Mccall's Software Quality Framework*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- McCall. 1980. *Software Quality Measurement Manual, Vol. II*. Rome: Air Development Center
- Mitra. 2014. *Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan*. Jakarta Barat.
- Nielsen, J. 1994. *Enhancing The Explanatory Power Of Usability Heuristics*. Boston.
- Pressman, R. 2000. *Software Engineering A Practitioner's Approach 5 th edition*, New York: Mc GrawHill.
- Puspitasari, Rr.A.A. 2016. *Analisis Perbedaan Usability Image Slider dan Dinamis Terhadap Proses Recall dan Recognition dalam Penggunaan Web*. Malanh :Universitas Brawijaya.
- Raharjo, S. 2015. *Cara Uji Normalitas Shapiro Wilk dengan SPSS Lengkap*. [Online] Tersedia di: <http://www.spssindonesia.com/2015/05/cara-uji-normalitasshapiro-wilk-dengan.html> [Diakses 14 April 2017].
- Rochman, S. 2016. *Marketing Keputusan Pembelian*. Universitas Gunadarma.
- Sastramihardja, H., Hapsari, I.N., Neri, I.A. 2008. *Pengukuran Usability Dengan Sarana Task Model Dalam User Center Software Development*. [Online] Tersedia di: <http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/13208139144.pdf> [Diakses tanggal 7 Juli 2011]
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Umar. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Xenos, M. 2001. *Usability Perspective in Software Quality*. Cyprus.
- Yani, dkk. 2013. *Pengujian Usability untuk Meningkatkan Antarmuka Aplikasi Mobile*. Bogor: Kampus Dramarga.
- Walpole, R. E., Myers, R. H., Myers, S. L., & Ye, K. 2011. *Probability & Statistics for Engineers & Scientists*. Ninth Edition. United States of America: Pearson Education, inc.