

# Evaluasi user interface official store produk FMCG (fast moving consumer goods) dalam situs e-commerce berdasarkan user experience = User interface evaluation of official store for FMCG (fast moving consumer goods) products in e-commerce website using user experience approach

Reshinta Ananda Lestari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472408&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Saat ini teknologi digital membuat manusia dapat melakukan aktivitas berbelanja secara online menggunakan internet melalui e-commerce. Pembelian produk FMCG secara online melalui situs e-commerce saat ini berkembang pesat dan akan terus mengalami peningkatan untuk tahun-tahun berikutnya. Dalam penggunaan suatu website, user experience menjadi lebih penting dibandingkan dengan produk atau layanan lainnya. Tetapi, dari penelitian sebelumnya diketahui bahwa masih terdapat masalah usability pada official store produk FMCG di situs e-commerce.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi user interface official store produk FMCG di situs e-commerce dengan menggunakan pendekatan user experience yaitu menggunakan performance metrics, self-reported metrics, behavioral metrics, dan issue-based metrics yang menilai kinerja, persepsi, perilaku, dan mengeluarkan apa yang dirasakan pengguna dalam berinteraksi dengan situs serta mengklasifikasi atribut desain yang sesuai preferensi pengguna menggunakan model Kano.

Berdasarkan hasil evaluasi, diperoleh dalam dimensi ease of use, interface quality, dan satisfaction penilaian yang belum baik sehingga perlu dilakukan perancangan rekomendasi strategi dan desain interface yang dapat meningkatkan usability dan kepuasan pengguna.

.....Currently digital technology makes people can do shopping online using the internet via e commerce.

Sales of FMCG products through e commerce websites are currently growing rapidly and will continue to improve for the following years. In the use of a website, user experience becomes more important than any other products or services. However, from previous research it is known that there is still usability problem when user using official store for FMCG product at e commerce website.

This study aims to evaluate the official store rsquo s user interface using the user experience approach with performance metrics, self reported metrics, behavioral metrics, and issue based metrics that assess performance, perception, behavior, and issue that the user perceives when interacting with the website and classifies the design attributes that suit the user 39 s preference using the Kano model.

Based on the evaluation results, in the dimensions of ease of use, interface quality, and satisfaction was not good enough, so that strategy and interface design recommendation is done.