



<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	iii
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b>	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	v
<b>INTISARI</b>	vi
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR</b>	viii
<b>DAFTAR ISI</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiv
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b>	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	4
<b>BAB III. DASAR TEORI</b>	8
3.1. Usabilitas	8
3.1.1. Pengertian Usabilitas	8
3.1.2. Atribut Usabilitas	8
3.2. Pengujian Usabilitas	10
3.2.1. Tujuan Pengujian Usabilitas	10
3.2.2. Perencanaan Pengujian Usabilitas	10
3.2.3. Metode Pengujian Usabilitas	11
3.3. <i>Performance Measurement Testing</i>	12
3.3.1. Definisi <i>Performance Measurement Testing</i>	12
3.3.2. Karakteristik <i>Performance Measurement Testing</i>	13
3.3.3. Faktor Pengukuran <i>Performance Measurement Testing</i>	13
3.4. Persepsi Konsumen	14



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

## ANALISIS TINGKAT USABILITAS DAN PERSEPSI KONSUMEN PADA INTERNET BROWSER

Rony Hartono, Ir. Subagyo, Ph.D., IPU., ASEAN Eng

Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

3.4.1. Pengertian Persepsi	14
3.4.2. Dinamika Persepsi	14
3.4.3. Persepsi Terhadap Kualitas Produk	14
3.5. Uji Statistik	15
3.5.1. Uji Pengambilan Sampel	15
3.5.2. Uji Kenormalan Data	16
3.5.3. Uji Kesamaan Varians	16
3.5.4. Analisis Varians (ANOVA)	17
3.5.5. Uji Kruskal Wallis	18
3.5.6. Uji Reliabilitas	18
3.5.7. Uji Korelasi	19
<b>BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>20</b>
4.1. Penyusunan Skenario Tugas	22
4.2. Persiapan Peralatan	22
4.3. Pelaksanaan Pengujian Usabilitas	23
4.3.1. Pengujian <i>Learnability</i>	23
4.3.2. Pengujian <i>Efficiency</i>	23
4.3.3. Pengujian <i>Memorability</i>	24
4.3.4. Pengujian <i>Errors</i>	24
4.3.5. Pengujian <i>Satisfaction</i>	24
4.4. Kuesioner Persepsi Konsumen	25
4.5. Analisis Statistik	25
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>26</b>
5.1. Pemilihan <i>Internet Browser</i>	26
5.2. Penentuan Pekerjaan	27
5.3. Penyelesaian Pekerjaan dengan Browser Internet Explorer	28
5.4. Penyelesaian Pekerjaan dengan Browser Opera	28
5.5. Penyelesaian Pekerjaan dengan Browser Mozilla Firefox	31
5.6. Uji Kecukupan Data	31
5.7. Uji Kenormalan Data	33
5.8. Uji Homogenitas Data	34
5.9. Analisis Varian	35
5.10. Analisis Atribut <i>Satisfaction</i>	39
5.11. Analisis Persepsi Konsumen	42
<b>BAB VI. PENUTUP</b>	<b>46</b>
6.1. Kesimpulan	46
6.2. Saran	46



**ANALISIS TINGKAT USABILITAS DAN PERSEPSI KONSUMEN PADA INTERNET BROWSER**

Rony Hartono, Ir. Subagyo, Ph.D., IPU., ASEAN Eng

Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**DAFTAR PUSTAKA**

47

**LAMPIRAN**

51