



## Intisari

Peluang *e-commerce fashion* Indonesia di ranah *mobile app* terbuka lebar. Pengguna mulai terbiasa belanja melalui *mobile app*, selain itu *e-commerce fashion* memiliki nilai transaksi tertinggi dan terus meningkat. Salah satu alasan pengguna internet di Indonesia enggan belanja *online* dikarenakan proses transaksi yang membingungkan. Tingkat *usability* yang buruk merupakan alasan terbesar mengapa pengguna berhenti dan menghapus *mobile app e-commerce*. Oleh sebab itu evaluasi *usability mobile app e-commerce fashion* di Indonesia perlu dilakukan, sehingga pelaku usaha mendapat Gambaran *mobile app* seperti apa yang baik dan diinginkan pengguna.

Penelitian ini menggunakan metode *usability testing*, diawali dengan menyebarkan kuesioner awal untuk menentukan *mobile app*, responden, serta *task* yang akan diuji. Responden dibagi menjadi dua tipe, yaitu *novice user* dan *expert user*. Pengujian dilakukan pada tiga *mobile app e-commerce fashion* dengan tahapannya yaitu; responden diberikan skenario, mengakses ketiga *mobile app*, mengisi kuesioner SUS, dan terakhir memberikan masalah apa yang mereka rasakan. Proses pengujian direkam menggunakan Software Lookback yang akan digunakan dalam analisis data. Data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif dan kualitatif. Analisis statistik digunakan untuk data pengujian pada ketiga *mobile app*.

Aplikasi Berrybenka memiliki nilai efisiensi yang paling tinggi di seluruh *task* ditinjau dari aspek efisiensi penggunaan, dengan rata-rata waktu uji 41 detik. Selain itu ditinjau dari aspek efektivitas, aplikasi Berrybenka memiliki nilai yang paling tinggi pada *task 1* dengan rata-rata 0,9 kesalahan, sedangkan aplikasi Sale Stock yang paling tinggi pada *task 2* dengan rata-rata 0,8 kesalahan, dan pada *task 3* dengan rata-rata 0,7 kesalahan. Aplikasi Zalora memiliki nilai tertinggi pada aspek kepuasan pengguna dengan rata-rata nilai SUS 74,75. Terdapat 6 kategori permasalahan yang ditemukan. Dari faktor-faktor dan permasalahan yang ditemukan, disusun 8 rekomendasi dan saran yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan nilai *usability*. Pada penelitian ini tidak ditemukan pengaruh efisiensi yang signifikan antara 2 *device* dengan ukuran layar yang berbeda.

**Kata kunci:** *usability, mobile application, usability testing, e-commerce, fashion*



## ***Abstract***

*Indonesian fashion e-commerce opportunities in mobile app is wide open. Users are getting used to shopping through mobile application, beside that fashion e-commerce has the highest transaction value and continues to increase. Confusing transaction process becomes one of the reasons internet users in Indonesia are reluctant to shop online. Poor usability levels are the biggest reason why users stop and delete the e-commerce mobile app. Therefore, evaluation of e-commerce mobile app's usability needs to be done, so that business actor gets the description of what mobile app that is good and wanted by users.*

*This study uses usability testing method, starting with spreading the pre questionnaire to determine the mobile application, respondent, and task to be tested. Respondents are divided into two types, novice user and expert user. The test is conducted on three e-commerce mobile app, the stages are; respondents were given scenarios, accessed all three mobile app, fill the SUS questionnaires, and the last they give what problems that they felt. The process of the test is recorded using Lookback Software to be used in data analysis. The collected data are in the form of quantitative and qualitative. Statistical analysis is used for test data on all three mobile apps.*

*Berrybenka has the highest efficiency value in all tasks in terms of efficiency, with an average time of 41 seconds. Other than that in terms of effectiveness, Berrybenka has the highest value in Task 1 with an average of 0,9 errors, while Sale Stock is the highest in Task 2 with an average of 0,8 errors, and in Task 3 with an average of 0,7 errors. Zalora has the highest value on the user satisfaction aspect with an average of 74,75 SUS value. There are 6 problems categories found. Based on the factors and problem that are found, researcher compiled 8 recommendations and suggestions that need to be considered to improve the value of usability. In this study, there is no significant effect of efficiency between 2 device with different screen size.*

**Keywords :** *usability, mobile application, usability testing, e-commerce, fashion*