

Evaluasi Kepuasan Pelanggan Wifi Jaringan Solusi Persada Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*

Yusuf Ashari¹, Yuli Komalasari^{2*}, Yumi Novita Dewi³

^{1,2}Teknologi Informasi, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta
e-mail: ¹17200510@bsi.ac.id, ²yuli.yks@bsi.ac.id

³Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta
e-mail: yumi.ymd@nusamandiri.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
14-09-2024	14-11-2024	06-12-2024

Abstrak - Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa puas pelanggan dengan layanan wifi PT Jaringan Solusi Persada. Penelitian juga untuk mengetahui dua variabel yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Dua variabel tersebut adalah loyalitas pelanggan dan kualitas layanan. Teknik penelitian yang dilakukan adalah dengan mengetahui para pengguna layanan wifi PT Jaringan Solusi Persada, berapa lama penggunaannya (tingkat loyalitas) serta menganalisis perilaku peserta melibatkan sejumlah fase (apakah setelah menggunakan wifi tersebut hanya dengan waktu yang tidak lama, berhenti berlangganan, lalu menggunakan lagi). Menggunakan alat bantu penyebaran kuesioner kepada pelanggan, dan didapatkan data kuantitatif nominal atau numerik yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya data digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian setelah dilakukan analisis. Data yang digunakan adalah data primer, didistribusikan agar validitas dan reliabilitas data dapat dipercaya. Dari penelitian yang dilakukan, data diolah menggunakan metode UEQ (*User Experience Questionnaire*) didapatkan hasil (rata-rata 0,77), efisiensi (rata-rata 1,61) ketegantungan (rata-rata 1,24), ketajaman (rata-rata 1,64), stimulasi (rata-rata 1,14), daya tarik (rata-rata 1,47), untuk setiap kategori.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Wifi, UEQ

Abstract – This research is to find out how satisfied customers are with PT Jaringan Solusi Persada's wifi service. The research is also to determine two variables that have an impact on customer satisfaction. These two variables are customer loyalty and service quality. The research technique carried out was to find out the users of PT Jaringan Solusi Persada's wifi service, how long they used it (loyalty level) and analyzing participant behavior involving a number of phases (after using the wifi, a short time, unsubscribing, using again). Using tools to distribute questionnaires to customers, and obtain nominal or numerical quantitative data used in research. Furthermore, the data is used to explain the research results after analysis. The data used is primary data, distributed so that the validity and reliability of the data can be trusted. From the research conducted, the data was processed using the UEQ (*User Experience Questionnaire*) method to obtain results (average 0.77), efficiency (average 1.61), dependability (average 1.24), sharpness (average 1.64), stimulation (average 1.14), attraction (average 1.47), for each category.

Keywords: Customer Satisfaction, Wifi, UEQ

PENDAHULUAN

Di era persaingan yang ketat dan kemajuan teknologi secepat kilat, setiap perusahaan perlu beradaptasi atau berinovasi untuk bertahan hidup. Perusahaan menjadi semakin rumit selama mereka terus berinovasi. Perusahaan telekomunikasi berada di bawah tekanan yang meningkat untuk mempertahankan margin keuntungan dan kepuasan pelanggan karena persaingan yang ketat. Dengan demikian, pasar untuk item layanan wifi berkembang pesat.

Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, PT. Jaringan Solusi Persada saat ini

bekerja untuk meningkatkan layanan pemasaran dan infrastruktur telekomunikasi untuk melayani kebutuhan masyarakat dengan lebih baik, terutama pengguna jaringan wifi. Akibatnya, ada persaingan internasional yang ketat. Tak perlu dikatakan bahwa keterampilan manajemen layanan diperlukan untuk memberi pelanggan akses yang cepat, tepat, dan akurat ke sistem informasi.

Metode untuk informasi layanan sampai saat ini, PT Jaringan Solusi Persada adalah sistem aplikasi komputer online yang berfungsi di semua bagian dan subunit aplikasi komputer cabang dan terhubung ke semua kantor wilayah dan kantor divisi. Semua upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan

secara kolektif disebut sebagai kualitas layanan. Layanan yang ditawarkan adalah dalam bentuk layanan atau layanan yang disediakan oleh penyedia layanan. Ini termasuk hubungan, kenyamanan, kecepatan, kemampuan, dan keramahan dengan penekanan pada sikap dan sifat dalam pemberian layanan untuk kepuasan pelanggan.

Ketika mempertimbangkan pentingnya layanan bagi perusahaan jasa, penting untuk diingat bahwa kualitas yang sangat baik tidak sama dengan kualitas terbesar; Sebaliknya, kualitas terbaik adalah yang dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen. Loyalitas pelanggan dimaksudkan untuk diciptakan oleh pengguna yang puas yang merasa senang dan siap membayar berapa pun harga untuk mendapatkannya. Selain itu, mereka ingin uang mereka kembali dan cenderung merekomendasikan layanan ini kepada kolega mereka.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai dedikasi teguh konsumen terhadap suatu merek, yang ditunjukkan oleh pembelian kembali yang sering dan pandangan positif mereka (Oktavia et al., 2022).

Loyalitas pelanggan mengacu pada perilaku yang diharapkan dari pelanggan terhadap barang atau jasa yang disediakan oleh bisnis. Memiliki persepsi positif tentang bisnis, memutuskan untuk membeli kembali barang atau jasa, dan mendukung bisnis kepada orang lain adalah beberapa contoh mentalitas konsumen ini. (Srisusilawati et al., 2023)

Menurut interpretasi yang disebutkan di atas, loyalitas terdiri dari dua elemen utama: pengulangan dan konsistensi. Ketika konsumen melakukan pembelian barang secara teratur dan berulang atau memanfaatkan layanan, mereka dianggap loyal. Ini menunjukkan bahwa konsumen melakukan pembelian terus-menerus dan berkelanjutan selama periode waktu yang lama daripada berhenti pada pembelian awal mereka.

Berbagai faktor penting, seperti pengembangan loyalitas klien, peningkatan reputasi bisnis, penurunan elastisitas harga, biaya yang lebih rendah untuk transaksi selanjutnya, dan peningkatan produktivitas dan efisiensi karyawan, semuanya dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan (Sitanggang et al., 2023)

Hasan mencantumkan harga dan kualitas layanan sebagai dua elemen yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga, baik tinggi atau rendah, dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barang atau layanan tertentu. Mirip dengan ini, layanan berkualitas tinggi dapat memberikan dasar bagi hubungan positif yang akan dibangun antara pelanggan dan penjual. Karena hubungan positif ini, bisnis dapat sepenuhnya memahami kebutuhan dan harapan kliennya. (Aissyah et al., 2022)

Penelitian yang dilaksanakan di PT. Jaring Solusi Persada, diketahui jumlah pengguna Wifi dalam 3 tahun terakhir di Perumahan Griya Simpur Indah 1 Cikarang, Bekasi.

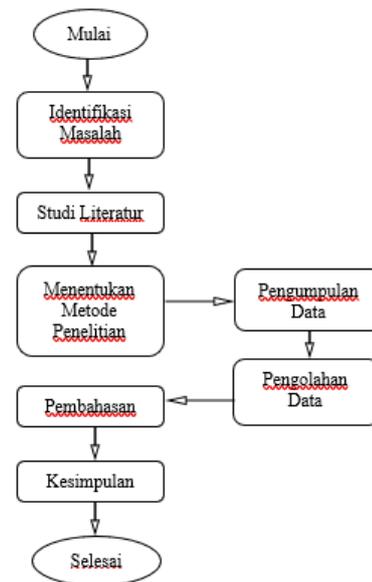
Tabel 1. Daftar jumlah pengguna wifi

Jumlah rata-rata pelanggan pertahun	Tahun
50	2021
52	2022
48	2023

Sumber: Penelitian 2024.

METODE PENELITIAN

Pendekatan UEQ (*User Experience Questionnaire*) diterapkan dalam penelitian ini dengan melalui langkah-langkah berikut:



Sumber: Penelitian 2024

Gambar 1. Tahapan Penelitian

Penjelasan dari langkah penelitian sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah
Prosedur ini memerlukan pengembangan pernyataan masalah yang tepat selain memberikan gambaran umum tentang bidang atau subjek yang sedang diselidiki.
2. Studi Literatur
Ini memerlukan pencarian, pengumpulan, dan pemeriksaan literatur dan sumber kutipan yang mendukung topik penelitian. (Rasio & Perdana, 2020)
3. Metode Penelitian
Ini adalah strategi penelitian yang menggabungkan penelitian kuantitatif dengan metode UEQ.
4. Pengumpulan Data
Untuk melakukan penelitian, data harus dikumpulkan sesuai dengan proposal, yang mencakup identifikasi populasi dan sampel. Wifi Neting Solusi Persada di Perumahan Griya Simpur Indah 1 Cikarang digunakan oleh warga dalam penelitian ini. (Amalia Putri, 2022) (Putri & Dwi, 2022)

5. Analisis Data

Melakukan penyiapan, pembersihan, analisis, dan interpretasi data yang metodis. Peneliti meneliti regresi linier ganda, validitas, keandalan, dan kenormalan selama fase pemrosesan ini. Selanjutnya, analisis temuan data dilakukan dengan cara yang konsisten dengan pembentukan hipotesis dan penilaian yang diturunkan dari analisis.

6. Hasil Analisis Data

Langkah ini menjelaskan proses pengujian data yang dikumpulkan. Dalam diskusi, hasil ujian dijelaskan dengan merujuk materi yang telah diuji sebelumnya dan menawarkan pembenaran yang selaras dengan temuan inovasi.

7. Kesimpulan

Peneliti memberikan rekomendasi kepada pihak terkait dan peneliti yang akan datang setelah merangkum hasil dari pemrosesan data yang efisien.

Kuesioner Pengalaman Pengguna adalah salah satu alat untuk mengukur UEQ. Enam aspek penilaian membentuk UEQ, yang berisi 26 kualitas pertanyaan. (Herawati et al., 2022)

1. Efek total pada produk adalah daya tariknya.
2. Kejelasan menunjukkan bahwa orang tidak bingung ketika mereka mencapai tujuan mereka.
3. Efisiensi menunjukkan bahwa pengguna tidak memerlukan banyak usaha atau uang untuk mencapai tujuannya.
4. Ketepatan menunjukkan bagaimana perasaan pengguna dalam mengontrol produk.
5. Stimulasi menunjukkan dorongan pengguna untuk menggunakan produk.

Kebaruan menunjukkan seberapa inovatif produk tersebut.

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	○	○	○	○	○	○	○	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	○	○	○	○	○	○	○	dapat dipahami	2
kreatif	○	○	○	○	○	○	○	monoton	3
mudah dipelajari	○	○	○	○	○	○	○	sulit dipelajari	4
bermanfaat	○	○	○	○	○	○	○	kurang bermanfaat	5
membosankan	○	○	○	○	○	○	○	mengasyikkan	6
tidak menarik	○	○	○	○	○	○	○	menarik	7
tak dapat diprediksi	○	○	○	○	○	○	○	dapat diprediksi	8
cepat	○	○	○	○	○	○	○	lambat	9
berdaya cipta	○	○	○	○	○	○	○	konvensional	10
menghalangi	○	○	○	○	○	○	○	mendukung	11
baik	○	○	○	○	○	○	○	buruk	12
rumit	○	○	○	○	○	○	○	sederhana	13
tidak disukai	○	○	○	○	○	○	○	menggembirakan	14
lazim	○	○	○	○	○	○	○	terdepan	15
tidak nyaman	○	○	○	○	○	○	○	nyaman	16
aman	○	○	○	○	○	○	○	tidak aman	17
memotivasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	○	○	○	○	○	○	○	efisien	20
jelas	○	○	○	○	○	○	○	membungkan	21
tidak praktis	○	○	○	○	○	○	○	praktis	22
terorganisasi	○	○	○	○	○	○	○	berantakan	23
atraktif	○	○	○	○	○	○	○	tidak atraktif	24
ramah pengguna	○	○	○	○	○	○	○	tidak ramah pengguna	25
konservatif	○	○	○	○	○	○	○	inovatif	26

Sumber: (Kurniawati & Indah Ratnasari, 2023)

Gambar 2. Pengelompokan Item Setiap Aspek

Kuesioner Pengalaman Pengguna (UEQ) adalah salah satu alat untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna (Junita Maulani et al., 2021).

Jawaban atas pertanyaan memberikan persepsi pengguna tentang fitur dan penawaran saat ini. Setiap dimensi dalam penilaian UEQ memiliki nilai antara 1 dan 7. Setiap nilai menunjukkan sejauh mana pengguna cenderung mengevaluasi item, dengan 1 menjadi nilai terendah dan 7 paling banyak. (Kurniawati & Indah Ratnasari, 2023)

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi (*N*) yang telah diketahui jumlahnya menurut pemakaian wifi di PT Jaring Solusi Persada adalah pada tahun 2021 sebanyak rata-rata 50 pelanggan, pada tahun 2022 sebanyak rata-rata 52 pelanggan dan pada tahun 2023 sebanyak rata-rata 48 pelanggan dengan total 150 pelanggan. Batas toleransi *error* (*e*) pada penelitian ini adalah 10% atau 0,1. Hasil dari perhitungan rumus Slovin, maka didapat jumlah sampel sebanyak minimal 60 orang pada masing – masing pelanggan. Karena populasi kecil, total sampel yang digunakan adalah semuanya yaitu 120 responden yang sudah mengisi kuisisioner.

Metode pengambilan sampel

Pengambilan sampel *purposive* digunakan dalam penyelidikan ini, dan rumus *Slovin* digunakan untuk mendapatkan ukuran sampel. Dengan demikian, seluruh pelanggan wifi PT Jaring Solusi Persada, baik pengguna lama maupun baru, dianggap sebagai sampel atau responden menggunakan metode ini.

Menurut rumus *Slovin*, besarnya jumlah sampel dengan populasi (*N*) yang telah diketahui menurut penggunaan wifi di PT Jaring Solusi Persada pada tahun 2021 sebanyak rata-rata 50 pelanggan, pada tahun 2022 sebanyak rata-rata 52 pelanggan dan pada tahun 2023 sebanyak rata-rata 48 pelanggan dengan total 150 pelanggan. Batas toleransi *error* (*e*) pada penelitian ini adalah 10% atau 0,1.

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

Sumber : (Erwan & Edi Setiawan, 2023)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan 10% (dinyatakan sebagai 0,1)

$$n = \frac{150}{1 + 150(0.1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0.01)}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Hasil dari perhitungan, maka didapat jumlah sampel sebanyak minimal 60 responden pada masing – masing pengguna. Karena populasi kecil, total sampel yang digunakan adalah semuanya yaitu 120 responden yang sudah mengisi kuisisioner.

Bahan dan Alat Penelitian

Tools yang dipakai dalam penelitian yaitu: SPSS untuk uji validitas dan juga uji reliabilitas, *google form* untuk membuat dan menyebarkan kuisisioner secara *online*, dan *Data Analysis Tool* untuk mengolah data UEQ. Alat hitung UEQ dibuat dengan *Microsoft Excel*. *Mendeley* untuk sitasi penulisan laporan, dan *Microsoft Word* untuk penulisan laporan. Bahan penelitian ini yaitu: responden yang dipilih dalam penelitian yakni seluruh pelanggan wifi di PT Jaring Solusi Persada baik pengguna lama maupun baru.

Instrumen untuk Penelitian

Untuk mengumpulkan data tanggapan responden atau pengalaman pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada, kuisisioner UEQ digunakan sebagai instrumen. Ini terdiri dari 26 pernyataan nyata pada enam skala: daya tarik, kejelasan, efisiensi, akurasi, stimulasi, dan kebaruan.

Hasil dan Analisis Data

Untuk menentukan apakah semua item pertanyaan telah berhasil menilai apa yang perlu diukur (*valid*) dan apakah kuisisioner dapat diandalkan sebagai sumber data akurat yang dapat diandalkan, temuannya menjalani tes validitas dan keandalan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Untuk menilai validitas kuisisioner yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian, dilakukan uji validitas. Validitas penelitian ini diuji menggunakan *Pearson's Correlate Bivariate*, yang menghasilkan tabel *r* yang signifikan dengan 5% dan nilai tabel *r* 0,176 untuk jumlah responden, atau 120 individu yang menggunakan wifi. Ukuran dianggap sah jika jumlah *r* melebihi *r* dalam tabel. Alat pengukuran dianggap tidak valid jika hitungan *r* kurang dari tabel *r*. *Software* SPSS digunakan untuk menganalisis hasil uji validitas pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada.

Tabel 2. Uji Validitas Pengguna Wifi

No	Nilai <i>r</i> Hitung	<i>r</i> Tabel
1.	0,815	> 0.176
2.	0,730	> 0.176
3.	0,830	> 0.176
4.	0,863	> 0.176
5.	0,850	> 0.176
6.	0,876	> 0.176
7.	0,877	> 0.176
8.	0,839	> 0.176

Sumber: Penelitian 2024.

Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi, keandalan, dan kesesuaian alat ukur untuk penggunaan berulang dalam penelitian. Selanjutnya, uji keandalan dilakukan untuk menentukan penerapan tanggapan responden untuk fase pemrosesan selanjutnya. Suatu instrumen dianggap dapat diandalkan jika berfungsi sebagai alat ukur dengan konsistensi dan kepercayaan.

Dengan menentukan nilai koefisien *Alpha Cronbach*, penelitian ini menilai ketergantungan pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada. Hasil analisis perhitungan menggunakan *software* SPSS, kemudian nilai tersebut diinterpretasi sesuai dengan standar nilai reliabilitas. Hasil interpretasi nilai reliabilitas pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Pengguna Wifi

<i>Alpha Cronbach</i>	N of items	Interval Reliabilitas	Kategori
0,938	8	0,81 < <i>r</i> ≤ 1,00	Sangat tinggi

Sumber: Penelitian 2024

Uji reliabilitas pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada dilakukan dengan memasukkan seluruh jawaban responden dari semua item pernyataan yang valid yaitu: 26 item dan hasilnya nilai *Cronbach's Alpha* pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada yaitu: 0,938. Untuk pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada, tingkat reliabilitas *Alpha Cronbach* untuk pengguna wifi berada pada rentang 0,81 hingga 1,00, yang menunjukkan bahwa kuisisioner sangat reliabel. Dengan pernyataan dan jawaban kuisisioner yang dapat diandalkan, pengolahan data lebih lanjut dapat dilakukan.

Tabel 4. Hasil Jawaban Responden

No	1	2	3	4	5	...	22	23	24	25	26
1	6	7	2	1	2	...	6	2	2	2	6
2	7	7	1	1	1	...	7	1	1	1	1
3	7	7	2	1	1	...	6	2	3	3	6
...
120	6	3	4	5	2	...	6	2	3	3	4

Sumber: Penelitian 2024

Hitung Means per Person

Tabel 4.5 merupakan 10 *means per person* dari 120 *means per person* pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada dengan masing-masing *means* skala UEQ.

Tabel 5. *Scale Means Per Person*

No	Skale means per person (first evaluation)					
	Attractiveness	Perspicuity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty
1	1,83	2,25	2,00	2,00	2,00	1,50
2	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	0,00
3	2,00	2,00	2,00	0,75	1,75	2,00
...
120	1,33	0,00	2,00	1,50	1,00	0,00

Sumber: Penelitian 2024

Hasil Pengukuran UEQ

Hingga 120 responden, termasuk pengguna wifi baru dan pengguna baru di PT Jaring Solusi Persada, menyelesaikan survei UEQ dengan 26 pertanyaan, yang mengukur enam faktor UX: daya tarik, kejelasan, efisiensi, akurasi, stimulasi, dan inovasi.

Hasil penilaian UX

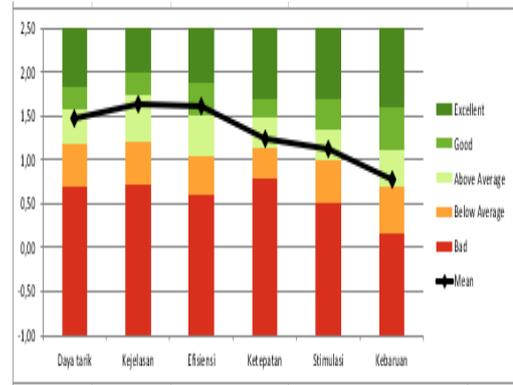
Hasil penilaian UX berdasarkan skala UEQ pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada. Hasil rata-rata atau *mean* skala berdasarkan keseluruhan pertanyaan yang sudah digolongkan tiap skala UEQ pada pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada.

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Daya tarik	↑ 1,473	1,31
Kejelasan	↑ 1,642	1,29
Efisiensi	↑ 1,607	1,10
Ketepatan	↑ 1,243	0,83
Stimulasi	↑ 1,135	1,13
Kebaruan	→ 0,774	1,17

Sumber: Penelitian 2024

Gambar 3. *Mean dan Variance* Skala UEQ

Rata-rata setiap skala UEQ pada masing-masing pengguna dilakukan uji *benchmark*, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan skala pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada berada pada *excellent* dengan rata-rata pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada Di seluruh skala berikut: daya tarik $\geq 1,75$, kesulitan $\geq 1,9$, efisiensi $\geq 1,78$, ketergantungan $\geq 1,65$, stimulasi $\geq 1,55$, dan kebaruan $\geq 1,4$. Peringkat rata-rata untuk keandalan, efisiensi, keindahan, stimulasi, ketajaman, dan kebaruan pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada memiliki rata-rata lebih tinggi.



Sumber: Penelitian 2024

Gambar 4. Grafik *Benchmark*

Lima skala (*Perspicuity, Novelty, Attractiveness, Dependability, dan Stimulation*) menghasilkan hasil dengan kategori di atas rata-rata, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada berada di bawah 25% produk benchmark dataset yang memiliki hasil penilaian lebih baik dan di atas 50% produk benchmark dataset yang memiliki hasil penilaian lebih buruk. Satu skala lainnya (Efisiensi) menghasilkan hasil dengan kategori yang baik, artinya pengguna wifi di PT Jaring Solusi Persada berada di atas 50% produk dataset benchmark yang memiliki hasil penilaian yang lebih baik dan di atas 25% produk dataset benchmark yang memiliki hasil penilaian yang baik.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini meliputi evaluasi pengalaman pengguna dan informasi tentang bagaimana wifi PT Jaring Solusi Persada dirasakan oleh penggunanya. Enam elemen UX daya tarik, kejelasan, efisiensi, akurasi, stimulasi, dan kebaruan diidentifikasi melalui penggunaan kuesioner UEQ 26 pertanyaan. Faktor-faktor ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setiap item pada Kuesioner Pengalaman Pengguna (UEQ) berhasil diselesaikan oleh penelitian ini dalam rangka menilai pengalaman pengguna memanfaatkan wifi di PT Jaring Solusi Persada.
2. Aspek efisiensi (rata-rata 1,61) menerima nilai tinggi berdasarkan hasil benchmark yang dicapai pada setiap aspek UEQ menggunakan Alat Analisis Data UEQ. Karakteristik yang mendapat skor lebih tinggi dari rata-rata adalah ketajaman (rata-rata 1,64), ketergantungan (rata-rata 1,24), stimulasi (rata-rata 1,14), kecantikan (rata-rata 1,47) dan kebaruan (rata-rata 0,77).

REFERENSI

- Aissyah, C. P., Hermani, A., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT Telkom Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 290–297. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34675>
- Erwan, E. S., & Edi Setiawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822>
- Herawati, Y., Arianti, Y. M., Damerianta, S., & Mintarsih, N. (2022). Experience Questionnaire Perspicuity E ciency Dependability Stimulation Above Average Pendahuluan Bad ence Questionnaire Experience Questionnaire perience Questionnaire User Ex- Pragmatic Qual- ity Hedonic Quality. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*, 21(4), 495–502.
- Junita Maulani, T., Suprpto, & Reza Perdanakusuma, A. (2021). Evaluasi User Experience Menggunakan Metode Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus: Website Superprof.co.id dan Zonaprivat.com). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(6), 2639–2645. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Kurniawati, E., & Indah Ratnasari, C. (2023). Pengujian Pengalaman Pengguna (User Experience) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ): Studi Kasus Pada Website Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. *Journal Portal - Universitas Islam Indonesia*, 4, 63–72. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech>
- www.fit.uii.ac.id.
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Putri, A., & Dwi, A. I. (2022). Evaluasi Usability Aplikasi BTN Mobile dengan Metode User Experience Questionnaire dan Heuristic Evaluation. *Jurusan Teknik Informatika/Program Studi SI Sistem Informasi, Universitas Negeri Surabaya*, 03(02), 49–59. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/46226>
- Rasio, H. S., & Perdana, S. R. (2020). Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Komputer Terapan*, 6(1), 69–78. <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/>
- Sitanggang, T., Farida, N., & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Indihome PT Telkom Indonesia Jepar. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 157–164. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37241>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, S., Mulyani, M., Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas Pelanggan. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.