

Analisis User Experience dengan Konsep Product Market Fit pada rancangan Aplikasi Placeplus yang menggunakan Pendekatan User Centered Design

by Yordan Patra Savira

Submission date: 03-Jun-2020 01:55AM (UTC+0700)

Submission ID: 1336645812

File name: i_Placeplus_yang_menggunakan_Pendekatan_User_Centered_Design.pdf (448.61K)

Word count: 3159

Character count: 20144

Analisis *User Experience* dengan Konsep *Product Market Fit* pada rancangan Aplikasi Placeplus yang menggunakan Pendekatan *User Centered Design*

Abstrak—Munculnya konsep *Coworking Space* pada *café-café* menyebabkan perlunya pengembangan lebih lanjut karena meningkatnya pengguna dan keberadaannya yang belum banyak di beberapa wilayah. Sebuah aplikasi bernama Placeplus dirancang sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Perancangan aplikasi Placeplus menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dan menerapkan konsep *Product Market Fit*. Konsep tersebut sering diabaikan sehingga menjadi faktor utama kegagalan dari suatu rintisan bisnis. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pernyataan 3 (tiga) narasumber dan 5 (lima) responden sebagai pengguna kemudian dijadikan rancangan aplikasi PlacePlus yang selanjutnya akan direkomendasikan kepada sejumlah stakeholder yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.

Kata Kunci—*Coworking Space*, *Product Market Fit*, *User Centered Design* (UCD)

I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi informasi, orang semakin mudah mendapatkan lahan pekerjaan. Khususnya orang yang bekerja di sebuah bisnis digital atau *startup*. Bisnis *startup* tidak banyak membutuhkan orang atau bisa dibidang belum membutuhkan sebuah kantor tetap atau bisa dikerjakan dimana saja. Maka dari itu munculah tren tempat kerja bersama yang disebut *co-working space*.

Co-working space didirikan oleh Stefan Leitner-Sidi dan Michael Poll di Wina, Austria, pada 2002. Sejak saat itu banyak orang dari berbagai sektor bisnis mulai hadir dalam satu tempat. Sebuah tempat dimana para individu dapat saling berinteraksi, dan tidak menutup kemungkinan untuk membuat *networking*.

Rancangan ide rintisan bisnis atau *startup* “PlacePlus” diciptakan karena mengingat ditemukannya beberapa faktor kegagalan dalam menemukan kebutuhan pasar dengan ketiadaan validasi atas bisnis serta kepastian dari *product-market fit*. Mudah-mudahan, ide rintisan bisnis ini hadir karena melihat penggunaan *co-working space* yang kini tengah menjadi tren namun tidak dilengkapi dengan informasi lengkap mengenai ketersediaan serta detail dari *working space* tersebut. “PlacePlus” sendiri bergerak dalam bidang *online marketplace* yang menawarkan jasa penyewaan ruangan bagi konsumen dengan objek keberadaan *co-working space* pada *café* yang ada di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya.

Tapi dibalik berkembangnya *co-working space* ada beberapa masalah yang dirasakan pengguna yaitu banyak kesulitan terhadap tampilan yang diberikan *co-working space*, informasi tentang *co-working space* yang tersedia kurang lengkap, fasilitas, harga, dan informasi lainnya. Tidak hanya itu pengguna juga menemukan ketidaksamaan antara data yang ada dengan informasi yang diberikan (tidak

akurat). Dengan demikian Placeplus datang menjawab kebutuhan pengguna dengan memberikan pelayanan informasi yang detail dan lengkap. Serta memberikan *User Experience* (UX) yang mudah dimengerti pengguna, sekaligus reservasi *co-working space* melalui *website* secara *real time*.

Untuk memberikan kepercayaan pada *user*, hal terpenting dalam reservasi yaitu desain antarmuka dan pengalaman pengguna (*Desain User Interface/User Experience- UI/UX*). Oleh karena itu Placeplus dalam membuat *website* melibatkan calon pengguna secara langsung agar mendapatkan *feedback* yang positif serta. Mengingat komponen paling utama yang perlu diperhatikan fungsi dan kegunaannya dalam meningkatkan kepuasan pengguna (pengguna aplikasi, pengguna *website*). Peningkatan yang terjadi ini kemudian akan setara dengan angka peningkatan kegunaan dan kesenangan yang dihasilkan pada interaksi pengguna dan produk. Oleh karenanya, penting untuk melakukan observasi dengan dialog langsung terhadap pengguna agar dapat mengidentifikasi pengguna yang akan diteliti lebih lanjut berdasarkan riset dari beberapa founder *startup*.

Pendekatan *User Centered Design* (UCD) dipilih dalam penelitian ini mengingat pada pendekatan UCD ini, pengguna dilibatkan secara langsung sebagai hal dasar yang utama atas proses pengembangan sistem. Hasil terbaik dari penelitian ini selanjutnya akan dijadikan sebagai data utama dalam proses pembuatan desain antar muka yang terbaik. Keterlibatan calon pengguna aktif ini menjadi penentu dalam proses pengambilan keputusan terhadap implementasi desain dari rancangan ide rintisan bisnis “PlacePlus” ini.

II. STUDI PUSTAKA

Pada penelitian ini, pendekatan dilakukan dengan analisis *User Experience* (UX) pada *User Centered Design* yang memiliki titik fokus pada sisi *end user* akan digunakan untuk menganalisis kemampuan pengguna berdasarkan pengalamannya dalam menggunakan *website placeplus.id*.

User Experience (UX) merupakan pandangan atau respon seseorang berdasarkan partisipasi dan penggunaan suatu produk sistem serta layanan (ISO, 2010). UX juga merupakan suatu ilustrasi mengenai perasaan seseorang terhadap interaksi yang dilakukannya dengan objek apapun. Keberhasilan UX setara dengan keberhasilan *website* yang dibuat karena semakin baik UX yang didapati, maka kebutuhan pengguna dengan fitur produk dapat dikatakan telah mencapai level sesuai. Hal tersebut kemudian menjadi penentu apakah produk tersebut dapat dikatakan berharga atau memiliki nilai. Elemen lain yang perlu diperhatikan dalam mendapati dalam UX yang baik adalah tingkat kepuasan *user* dalam menemukan produk serta

menggunakan *website* tersebut saat pertama kali. Terakhir, faktor lain adalah terkait kesesuaian penggunaan aplikasi ini dengan penyelesaian masalah atau hal-hal yang diinginkan oleh para pengguna (Guo, 2012).

Pada penelitian ini, analisis UX dipilih mengingat tujuan dari dirancangnya Placeplus sebagai layanan yang ingin mencapai *product market fit* dari penggunaan *coworking space* di Yogyakarta dan sekitarnya. *Product market fit* ini perlu diprioritaskan mengingat pemahaman dalam dunia bisnis itu sendiri yang harus bisa menyentuh level segmentasi pasar. Sebagai salah satu komponen bisnis, nilai-nilai atau elemen apa saja yang perlu diberikan dari startup untuk pasar secara valid dapat diperoleh dari komunikasi langsung dengan calon pengguna (konsumen dari *co-working space* itu sendiri). Dan dalam hal ini, analisis UX dirasa paling sesuai dengan segmen pasar masyarakat Jogja sebagai konsumen dan lebih efisien untuk memperolehnya dibandingkan dengan *User Interface* yang cenderung lebih kompleks.

Sementara itu, *User Centered Design* (UCD) merupakan suatu pendekatan atau teknik dengan menempatkan pengguna sebagai titik pusat dari proses pengembangan sistem yang kemudian bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan kenyamanan dari pengguna tersebut dalam penggunaan sistem atau produk yang dimaksud. Proses UCD merupakan proses yang memerlukan pengulangan atau bersifat *iterative* yang mana perlu dilakukan sejak tahap awal hingga tahapan implementasi pada proses desain dan evaluasinya. Dalam hal ini, pendekatan UCD dapat dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan ini dapat berupa pendekatan secara langsung dan dapat bersifat konsultasi dengan pengguna ataupun menjadikan pengguna sebagai mitra desain yang kooperatif. Cara ini bisa dilakukan melalui survey ataupun wawancara sehingga pengguna dapat menjelaskan secara rinci pengalaman yang dirasakan dan kemudian karakter pengguna dapat dijadikan sebagai output pada tahapan ini.

Dalam menghasilkan output riset yang relevan dalam proses pendekatan pengguna, penulis mengharapkan karakter pengguna dapat dipahami yang kemudian dilanjutkan ketika *prototype* awal rancangan selesai dibuat. Dengan adanya beberapa tes awal ini, pengguna diharapkan dapat memberikan evaluasi dari rancangan awal sistem sehingga penulis dapat memahami lebih lanjut relevansi dari sistem ini untuk pengguna serta dapat memperbaharunya segera berdasarkan hasil evaluasi kepuasan dari pendapat para pengguna. Tujuan awal diciptakannya suatu sistem adalah untuk menciptakan kenyamanan serta kemudahan bagi penggunanya. Pendekatan UCD ini diharapkan menciptakan relasi antara perancang sistem dengan pengguna sehingga akurasi dari rancangan dan proses pembuatan sistem itu sendiri dapat tercapai tanpa membutuhkan waktu yang lama dan sesuai dengan keinginan para pengguna.

Output utama dari penggunaan pendekatan ini adalah terpenuhinya kebutuhan user melalui aplikasi yang akan dirancang dan user tidak perlu mengubah perilaku untuk menggunakan *website*. Pendekatan UCD membutuhkan eksperimen, proses pengulangan (*iterasi*) dan juga pengalaman pengguna saat mengalami kegagalan. Dalam UCD sendiri, terdapat prinsip yang dapat digunakan sebagai panduan dalam menjalankan pendekatan ini yaitu :

- Memahami *user* dengan baik (mengerti latar belakang user)
- Desain dibuat berdasarkan evaluasi yang dilakukan pada setiap iterasi
- Mengutamakan pengalaman pengguna
- Melibatkan client dalam pembuatan dan perancangan desain

Dalam proses perancangan sebuah sistem, terdapat beberapa banyak pilihan pendekatan yang dapat digunakan. Akan tetapi, pada penelitian ini, spesifikasi dari pengguna sistem merupakan hal yang penting sehingga penulis memilih pendekatan UCD. Selain UCD, pada hakikatnya terdapat juga pendekatan *Human Centered Design* (HCD) yang notabene sering dianggap sama dengan UCD terutama bagi golongan awam. Seperti yang telah penulis sebutkan sebelumnya, yang menjadi perbedaan signifikan antara keduanya adalah HCD adalah pendekatan yang cenderung terbuka bagi seluruh pengguna sedangkan UCD memiliki titik fokus pada pengguna yang spesifik.

Output dari pengalaman para pengguna merupakan hal yang krusial pada proses penentuan awal UX dalam sebuah *website*. Dan proses rancangan ini kemudian merupakan suatu hal yang sangat penting karena bertujuan untuk membangun kesan terbaik bagi para penggunanya. Oleh karenanya, penting untuk menentukan spesifikasi pengguna sehingga pendekatan UCD ini penulis anggap sebagai pendekatan yang relevan. Dan di sisi lain, penggunaan dari objek *co-working space* yang terdapat pada *website* placeplus.id sendiri masih mencakup kalangan terbatas sehingga penting untuk mengoptimalkan hasil evaluasi dari pengguna yang spesifik melalui pendekatan UCD.

Sebagai sebuah *website*, placeplus.id tentunya kedepan akan memiliki kompetitor sehingga penting untuk membuat suatu perbedaan yang signifikan yang kemudian akan membuat *website* ini beda dan unggul dari para kompetitornya. Meskipun terdapat beberapa aspek lain seperti proses bisnis dan sebagainya, UX juga merupakan hal yang mendasar yang perlu diperhatikan pada setiap rancangan *website*. Dengan penentuan kebutuhan para pengguna yang memiliki akurasi yang tepat, disertai dengan proses perancangan, pembuatan *prototype* awal serta melakukan pengujian, terciptanya sebuah sistem dengan pendekatan UCD yang baik akan mendapatkan output sistem yang berguna bagi seluruh target penggunanya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam merancang *website* Placeplus.id, terdapat beberapa tahapan yang diinisiasi dengan tahap analisis. Tahapan ini yang kemudian menjadi fokus penulis pada penelitian ini. Pada tahap analisis tersebut, terdapat tiga bahasan utama yaitu analisis cara reservasi, analisis proses bisnis dan wawancara *stakeholder*. Selain pemilik bisnis dari *co-working space* itu sendiri, penting untuk mengetahui melalui sudut pandang pengguna (*user*). Oleh karenanya, pada penelitian ini, setelah melakukan studi pustaka, penulis menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dalam menganalisis serta mengumpulkan data.

Pendekatan UCD ini adalah pendekatan pada perancangan desain yang berfokus pada kebutuhan user, sehingga desain aplikasi yang dikembangkan melalui UCD akan dioptimalkan dan fokus pada kebutuhan *end-user*.

Proses yang digunakan dalam pendekatan UCD pada analisis dan pengumpulan data di penelitian ini adalah dengan melakukan aktivitas sebagai berikut:

A. Wawancara (interview)

Wawancara dilakukan untuk berinteraksi dengan pengguna dengan maksud untuk mencari tahu apa yang dibutuhkan pengguna dari sistem yang akan dibuat. Hal ini dilakukan untuk studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini, proses *in depth interview* dilakukan secara tatap muka terhadap tiga narasumber yaitu Jifa Malika Sari (staff dan operator Sinergi Coworking Space), Malinda Hestiyana (penyewa *working space*) dan Najla Indah A. (penyewa *working space*). Pertanyaan yang diajukan terbagi menjadi tiga golongan tergantung pada subjek pertanyaan diajukan. Adapun beberapa pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut :

1) Pemilik (owner)

- Bagaimana cara memasarkan *coworking space*?
- Bagaimana cara mendapatkan laporan kinerja *coworking space*?
- Menurut Anda, apakah proses yang digunakan saat ini cukup efektif dan efisien?

2) Pengelola (management)

- Bagaimana proses reservasi *coworking space* dilakukan?
- Bagaimana cara berkomunikasi dengan konsumen?
- Menurut Anda, apakah proses yang digunakan saat ini cukup efektif dan efisien?

3) Penyewa *co-working space*

- Bagaimana cara Anda mengetahui informasi mengenai detail *coworking space*?
- Bagaimana cara melakukan reservasi *coworking space* yang pernah Anda lakukan?
- Bagaimana cara berkomunikasi dengan *coworking space* sejauh ini yang pernah Anda lakukan?
- Apakah proses yang digunakan saat ini cukup efektif dan efisien?

B. Kuesioner

Pada tahapan ini, terdapat lima pertanyaan berdasarkan user experience yang dilakukan terhadap 5 koresponden dengan rentan usia 18-35 tahun. Karakter usia ini dipilih berdasarkan pertimbangan kemampuan ekonomi serta intensitas mahasiswa atau pun pekerja dalam penggunaan *co-working space* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, terdapat empat objek utama penilaian *coworking space* yang dipilih berdasarkan pertimbangan popularitas serta jaraknya dengan kawasan mahasiswa maupun daerah industri pekerja. *Coworking space* tersebut adalah

- Sinergi Coworking Space, Jalan Cenderawasih No. 32B Yogyakarta
- Relasi *Co-working Space*, Mlati, Yogyakarta
- Kolektif Collaboration Space, Ngaglik, DI Yogyakarta

- BeeHive Coffe & Working Space, Sleman, DI Yogyakarta

C. Task Modelling

Proses ini merupakan tahapan dalam menganalisis dan menggambarkan bagaimana pengguna melaksanakan tugas pada sistem yang mencakup apa saja yang dapat dilakukan dan hal apa saja yang perlu diketahui pengguna. Selain itu juga berfungsi untuk memeriksa tugas pengguna dalam mengetahui dengan baik apa yang dibutuhkan pengguna dari *interface* dan bagaimana pengguna nyaman menggunakannya. Tahapan ini dapat dilakukan sebelum maupun setelah mendapatkan *output* dari *in depth interview*.

D. Prototyping

Prototyping suatu proses membangun solusi perancangan yang konkrit yang berawal dari pengguna dan kebutuhan pengguna. Hal ini mewakili model produk yang akan dibangun, mensimulasikan, fungsionalitas atau operasi sistem. Perancangan *prototype* ini dilakukan dengan menyesuaikan beberapa hal yang menjadi fokus utama pada kesimpulan maupun *output* dari proses konvensional yang telah dilakukan sebelumnya yaitu *in depth interview* dan *task modelling*. Kedua *output* yang didapat dari proses-proses ini diasumsikan sebagai gambaran kasar mengenai hal-hal yang dibutuhkan oleh pemilik, pengelola serta pengguna *co-working space* dan menjadi acuan dalam menemukan *product market fit* berdasarkan nilai kepuasan pengguna. Dalam proses perancangan dan uji coba *prototype* ini, penulis bekerja sama dengan rekan penulis yang memegang peranan sebagai UI & UX Designer untuk membuat serta kemudian melakukan iterasi terhadap *prototype* yang telah dirancang..

IV. ANALIS DAN PEMBAHASAN

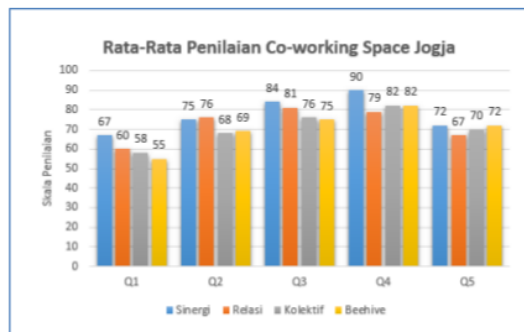
Dari *in depth interview* yang telah dilakukan kepada tiga narasumber pada penelitian ini, penulis mendapati beberapa *output* yang berupa pernyataan dari pengelola dan penyewa *co-working space* mengenai beberapa hal yang perlu diperhatikan pada *startup* bisnis *co-working space*, yaitu :

- Tersedianya kemudahan pemesanan yang dapat menjangkau lebih banyak golongan
- Visibilitas terhadap ketersediaan fasilitas *co-working space* secara rinci
- Kemudahan proses pembayaran (offline atau online transactions)
- Tawaran promo dari stakeholders terhadap penyewa
- Fleksibilitas perubahan reservasi

TABLE 1 DATA PENILAIAN CO-WORKING SPACE

Nama Coworking Space	Kriteria					
	User	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
Sinergi	User 1	60	80	80	90	65
	User 2	65	75	80	90	75
	User 3	60	65	85	85	80
	User 4	80	70	85	90	70
	User 5	70	85	90	95	70

Relasi	User 1	50	85	90	75	65
	User 2	65	75	90	85	75
	User 3	60	80	80	70	60
	User 4	60	70	75	80	65
	User 5	65	70	70	85	70
Kolektif	User 1	65	65	85	75	70
	User 2	50	55	80	75	70
	User 3	50	60	70	80	70
	User 4	55	80	70	95	65
	User 5	70	80	75	85	75
Beehive	User 1	50	75	75	80	70
	User 2	50	80	80	80	70
	User 3	50	70	80	75	75
	User 4	60	55	70	90	80
	User 5	65	65	70	85	65



Gambar 1. Rata-Rata Penilaian Co-working Space Jogja

Tahapan ini dilakukan untuk menguji validitas dari data yang telah didapat sebelumnya. Kemudian, hasil *in depth interview* ini penulis jadikan sebagai acuan dalam menentukan solusi atas permasalahan yang selama ini dihadapi dan dijadikan kedalam lima pertanyaan utama pada tahap kuesioner, yaitu :

- Q1: Akses pembayaran
- Q2: Fleksibilitas ketersediaan
- Q3: Kecepatan respon dari admin / sistem
- Q4: Fasilitas dan promo
- Q5: Tampilan sistem / layanan

Lima pertanyaan ini diajukan pada tahap kuesioner dengan respon menggunakan skala nilai dari 1 sampai 100 kelipatan lima. Skala tersebut kemudian terbagi menjadi beberapa penilaian, yaitu :

- 100 – 90 : sangat baik
- 90 – 80 : baik
- 80 – 70 : cukup
- 70 – 60 : kurang baik
- 60 – 0 : sangat kurang

Kombinasi dari pertanyaan dan jawaban dari responden kemudian penulis olah pada suatu tabel guna melihat rata-rata dari nilai kolektif masing-masing pertanyaan sebagai variabel pada UX. Nilai ini kemudian akan menentukan masing-masing variabel UX dimana menjadi faktor terpenuhinya *product market fit* pada suatu sistem atau layanan, yang dalam penelitian ini ditujukan pada rancangan *website* Placeplus.id sebagai konsep rancangan bisnis pada *coworking space* lokal. Kemudian, tabel data penilaian *coworking space* diatas diolah kembali untuk mendapati hasil rata-ratanya dan diperoleh diagram data sebagai berikut :

Dari lima responden penilaian terhadap empat *coworking space* populer di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, diperoleh rata-rata terendah merujuk kepada aspek Q1 tentang akses pembayaran *online* yang seharusnya disediakan oleh layanan dalam reservasi *co-working space*. Hal ini menjelaskan bahwa tanggapan pengguna dari layanan pemakaian atau reservasi *coworking space* yang sangat perlu diprioritaskan pertama berdasarkan nilai kepuasannya adalah terkait akses pembayaran yang selama ini masih terbatas sehingga dalam hal ini, data *in depth interview* mengenai penyesuaian akses pembayaran menjadi *online* dapat menjadi solusi pada permasalahan ini.

Setelahnya, menyusul kemudian permasalahan mengenai tampilan atau sistem layanan yang selama ini telah ada. Menanggapi data ini, dalam perancangan *website* Placeplus diperlukan tampilan menarik dikarenakan data ini menjelaskan bahwa pada layanan yang ada, tampilan atau sistem layanan yang ada saat ini masih belum mampu memenuhi kepuasan pengguna. Beberapa hal lagi yang perlu diperhatikan berdasarkan peringkat rata-rata penilaian *coworking space* yang menggambarkan kepuasan pengguna adalah fleksibilitas ketersediaan atau transparansi dari ketersediaan akses coworking space tersebut, kecepatan respon admin atau sistem dalam reservasi coworking space dan terakhir adalah tawaran menarik dari reservasi itu sendiri baik berupa tambahan fasilitas ataupun promo.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis *User Experience* (UX) yang dilakukan melalui proses konvensional wawancara tatap muka bersama tiga narasumber, didapatkan output sebagai penentuan kebutuhan pengguna atau *product market fit* berupa beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyesuaian terhadap pengguna. Yaitu beberapa *coworking space* kurang akses pembayaran secara *online* karena tidak bekerja sama dengan penyedia lapak coworking space, dan pembayaran kebanyakan masih konvensional yaitu dengan cash dan *debit/credit card*, ada beberapa sudah bekerja sama dengan OVO dan Gopay, disitu penulis mendapat ide untuk mengajak coworking space untuk bekerja sama dengan place plus agar jangkauan coworking space semakin luas. Hal-hal tersebut telah secara rinci dijabarkan pada bab sebelumnya. Kemudian barulah rancangan prototype dapat dieksekusi menyesuaikan *output* ini dan apabila setelah proses uji coba dirasa masih ada yang perlu ditambahkan, proses ini kemudian dapat dilakukan secara iterasi sehingga dapat mewujudkan secara terbaik kebutuhan dari pengguna aplikasi Placeplus tersebut. Tak hanya itu, tahapan *task modelling* juga dilakukan guna menguji validitas dari data yang diperoleh ketika melakukan *in depth interview* dan juga kuesioner.

Saran untuk pengembangan penelitian dikemudian hari adalah tentang penambahan kuantitas narasumber serta kualitas dari pertanyaan yang diajukan. Selain itu, proses kuesioner dengan penambah kuantitas responden dan ojek ajuan pertanyaan juga dapat menjadi alternatif selanjutnya pada pendekatan UCD yang juga bisa dilakukan demi mencapai *output* kebutuhan pengguna secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Krisnoanto, A., Brata, A. H., & Ananta, M. T. (2018, Desember). Penerapan Metode User Centered Design pada Aplikasi E-Learning Berbasis Android (Studi Kasus: SMAN 3 Siduarjo). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(12), 6495-6501.
- [2] Paskalis, P., Hidayati, S. Kom., M.T., H., & Darwiyanto, S.T., M.T., E. (2015, April). Implementasi User Centered Design untuk Merancang Antarmuka Sistem Informasi Eksekutif pada PT Pos Indonesia. *e-Proceeding of Applied Science*, 1(1), 432.
- [3] Saputri, Intan S. Yatana., Fadhli, Mardhiah., Surya, Ibnu. (2017). Penerapan Metode UCD (User Centered Design) pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 269-278.
- [4] Abras, C., Maloney-Krichmar, D., Preece, J. (2004) User-Centered Design. In Bainbridge, W. *Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- [5] Gahrn, A., 2011. What's a Mobile App?. [online] diakses dari: <http://www.contentious.com/2011/03/02/whats-a-mobile-app/>
- [6] Rouse, M., 2016. Social Media. [online] diakses dari: <http://whatis.techtarget.com/definition/social-media>
- [7] Winter, J., 2015. What is User Experience?. [online] diakses dari: <https://www.usertesting.com/blog/2015/08/13/what-is-user-experience>
- [8] Arikunto, S., 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi IV*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [9] Norman, D.A., 2013. *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*. [online] diakses dari: <http://cc.droolcup.com/wpcontent/uploads/2015/07/The-Design-of-Everyday-Things-Revised-and-ExpandedEdition.pdf>
- [10] International Standarts Office (ISO), 1998. ISO 9241 – 11 Ergonomic Requirements for Office Work with Visual Display Terminal (VDTs) – Part 11: Guidance on Usability. *Electronic Documents*. Geneva: ISO.
- [11] Titcomb, J., 2016. Mobile Web Usage Overtakes Desktop for First Time. [online] diakses dari: <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/11/01/mobile-web-usage-overtakesdesktop-for-first-time>
- [12] Guo, F., 2012. More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I. [online] diakses dari: <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>

Analisis User Experience dengan Konsep Product Market Fit pada rancangan Aplikasi Placeplus yang menggunakan Pendekatan User Centered Design

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	j-ptiik.ub.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.akakom.ac.id Internet Source	3%
3	sis.binus.ac.id Internet Source	2%
4	www.doria.fi Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1%
6	Submitted to Universiti Utara Malaysia Student Paper	1%
7	iopscience.iop.org Internet Source	1%
8	senatik.stta.ac.id Internet Source	1%

9	Submitted to RDI Distance Learning Student Paper	1%
10	cohive.space Internet Source	1%
11	libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
12	Submitted to Cavite State University Student Paper	<1%
13	journal.uinsgd.ac.id Internet Source	<1%
14	www.rijalhabibulloh.com Internet Source	<1%
15	journal.uny.ac.id Internet Source	<1%
16	Submitted to KYUNG HEE UNIVERSITY Student Paper	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Analisis User Experience dengan Konsep Product Market Fit pada rancangan Aplikasi Placeplus yang menggunakan Pendekatan User Centered Design

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5
