



Evaluasi UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*) Untuk Menganalisis Kepuasan Pengguna Pada XYZZ

Yusran Bin Acho ^{1*}, Dr. Agung Panji Sasmito ², Deddy Rudhistiar ³

¹ Institut Teknologi Nasional Malang, Jl. Sigura-Gura Nomor 2, Malang, 65152, Indonesia; e-mail : 2219018@scholar.itn.ac.id

² Institut Teknologi Nasional Malang, Jl. Sigura-Gura Nomor 2, Malang, 65152, Indonesia; e-mail : agungpanjisasmito@lecturer.itn.ac.id

³ Institut Teknologi Nasional Malang, Jl. Sigura-Gura Nomor 2, Malang, 65152, Indonesia; e-mail : rudhistiar@lecturer.itn.ac.id

* Corresponding Author : Yusran Bin Acho

Abstract: This study aims to analyze the effect of User Interface (UI) and User Experience (UX) on user satisfaction with the Xyzz application among Generation Z in the Malang Raya area. The research employs a quantitative approach with an associative research design. Data were collected through questionnaires distributed to Xyzz application users aged 17–30 years who had used the application at least once. Multiple linear regression analysis was used, preceded by instrument testing and classical assumption tests. The results indicate that UI and UX have a positive and significant effect on user satisfaction, both partially and simultaneously. The coefficient of determination shows that most of the variation in user satisfaction can be explained by UI and UX, with UX identified as the most dominant factor influencing user satisfaction with the XYZZ application.

Keywords: User Interface; User Experience; user satisfaction; Application

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Xyzz pada generasi Z di Malang Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada pengguna aplikasi Xyzz berusia 17–30 tahun yang minimal pernah menggunakan aplikasi satu kali. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan pengujian instrumen dan asumsi klasik sebagai tahap awal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UI dan UX berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh UI dan UX, dengan UX sebagai variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Xyzz.

Kata kunci: *User Interface*; User Experience; Kepuasan Pengguna; Aplikasi

Received: date

Revised: date

Accepted: date

Published: date

Curr. Ver.: date



Copyright: © 2026 by the authors.
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong digitalisasi di berbagai sektor [15] termasuk layanan transportasi yang kini banyak beralih ke aplikasi berbasis mobile. Layanan transportasi online seperti Gojek, Grab, dan Xyzz menawarkan kemudahan pemesanan, transparansi harga, serta efisiensi waktu, sehingga menjadi bagian dari aktivitas mobilitas harian masyarakat. Di tengah persaingan yang semakin ketat, keberhasilan penyedia layanan tidak hanya ditentukan oleh aspek fungsional seperti tarif dan cakupan wilayah, tetapi juga oleh kemampuan aplikasi dalam memberikan pengalaman penggunaan yang nyaman dan memuaskan [13].

Dalam konteks aplikasi Xyzz, perusahaan dikenal memiliki tarif yang kompetitif dan jangkauan layanan yang luas, sehingga cukup diminati oleh berbagai lapisan masyarakat. Namun demikian, masih ditemukan berbagai ulasan dan keluhan pengguna terkait tampilan antarmuka yang dinilai kurang intuitif, informasi yang dirasa kurang ringkas, serta navigasi yang kurang efisien dibanding aplikasi pesaing. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara harapan pengguna terhadap kualitas interaksi di dalam aplikasi dengan pengalaman aktual yang mereka rasakan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

Secara teoretis, *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) merupakan dua aspek kunci yang membentuk persepsi pengguna terhadap kualitas suatu aplikasi digital. UI berhubungan dengan elemen visual seperti tata letak, ikon, warna, dan tipografi yang berfungsi sebagai jembatan interaksi antara pengguna dan sistem, sedangkan UX mencakup keseluruhan pengalaman subjektif pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi, meliputi kemudahan penggunaan, efisiensi alur, keandalan, dan kenyamanan emosional. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas UI dan UX yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, niat penggunaan ulang, maupun loyalitas terhadap layanan digital.

Meskipun telah terdapat penelitian yang mengevaluasi UX aplikasi Xyzz dan penelitian lain yang menyoroti UI aplikasi Xyzz secara terpisah, masih terbatas kajian yang secara simultan menganalisis pengaruh UI dan UX terhadap kepuasan pengguna pada satu model penelitian yang sama. Selain itu, sebagian besar studi lebih berfokus pada aspek evaluasi desain, sedangkan implikasi manajerial terkait bagaimana kualitas UI dan UX memengaruhi kepuasan pengguna sebagai dasar pengambilan keputusan di bidang manajemen layanan digital belum banyak dieksplorasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh UI dan UX terhadap kepuasan pengguna aplikasi Xyzz pada generasi Z di Malang Raya, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian juga berupaya mengidentifikasi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengguna, sehingga dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi pengelolaan kualitas layanan aplikasi transportasi online dari perspektif manajemen, tanpa masuk pada perancangan teknis desain antarmuka.

2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait

2.1. *User Interface*

User Interface (UI) adalah tampilan dari sebuah produk atau aplikasi yang berfungsi sebagai jembatan sistem antara pengguna dan user, dimana tampilan UI bisa berupa warna, bentuk serta tulisan yang menarik pada aplikasi *mobile* (Buana & Sari, 2022). *User Interface* (UI) merupakan elemen fundamental dalam perancangan aplikasi karena berfungsi sebagai jembatan utama antara pengguna dan sistem (Nurani & Arista, 2025). Variabel ini diukur menggunakan indikator kejelasan, keringkasan, kemudahan dikenali, responsif, dan konsisten [10].

2.2. *User Experience*

User Experience (UX) adalah pengalaman yang dialami pengguna saat berinteraksi dengan produk atau layanan yang bersifat subjektif karena didasarkan pada persepsi dan pemikiran individu pengguna serta dipengaruhi oleh desain antarmuka pengguna (UI) yang berperan sebagai jembatan antara pengguna dan sistem informasi yang akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan [20]. Variabel ini diukur menggunakan indikator daya tarik, kejelasan, efisiensi, keandalan, dan keterlibatan emosional [12].

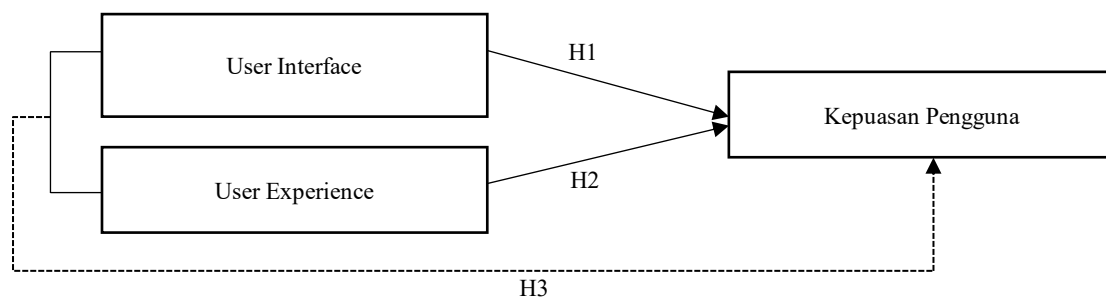
2.3. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna atau pelanggan dipahami sebagai evaluasi menyeluruh atas kinerja perusahaan dibandingkan kebutuhan/harapan pelanggan [1]. Jika kinerja melampaui keinginan, pelanggan mengalami kesenangan/*delight* [16]. Variabel ini diukur menggunakan indikator efisiensi, keefektifan, dan kepuasan [9].

Penelitian ini didukung oleh temuan [3] yang menunjukkan bahwa UI dan UX aplikasi Tokopedia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. [14] juga menemukan bahwa kualitas UI dan UX berperan besar dalam mendorong kepuasan dan

penjualan aplikasi karena memudahkan pengguna menyelesaikan tugas dengan cepat. [17] serta Saputra (2025) menunjukkan bahwa meskipun fungsi aplikasi berjalan baik, kelemahan pada keterbacaan teks, navigasi, dan beberapa dimensi UX dapat menurunkan skor kepuasan pengguna, termasuk pada aplikasi Xyzz.

Penjelasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan penelitian dirangkum secara rinci, dan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
-→ : Pengaruh secara simultan
- : Pengaruh yang lebih dominan

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hubungan antara variabel-variabel penelitian, yakni pengaruh *User Interface* (X_1) dan *User Experience* (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y) pada Xyzz, dirumuskan beberapa hipotesis antara lain sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *User Interface* (UI) terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Xyzz.

H₂: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *User Experience* (UX) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Xyzz.

H₃: Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Xyzz.

H₄: *User Experience* memberikan pengaruh lebih besar dibandingkan *User Interface* terhadap kepuasan pengguna pada Xyzz.

3. Metode yang Diusulkan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Xyzz dari generasi Z (berusia 17–30 tahun) yang pernah menginstall aplikasi Xyzz, serta pernah menggunakan layanan Xyzz minimal 1 kali atau pernah menggunakan aplikasi transportasi online lain seperti Grab atau Gojek minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling*. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Hair yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang ideal berkisar antara 100 hingga 200 responden, dengan ukuran minimum sebesar lima kali dan maksimum sepuluh kali jumlah indikator [6]. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan berjumlah 13, sehingga didapatkan jumlah sampel yang merepresentasikan populasi sebesar 130 sampel. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan skala Likert 4 poin [18]. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS.

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Referensi
<i>User Interface</i> (X_1)	1. kejelasan (<i>clarity</i>),	(Hindarti et al., 2023)
	2. ringkas (<i>concisions</i>),	
	3. mudah dikenali (<i>familiarity</i>),	
	4. rensponsif(<i>responsiveness</i>),	

<i>User Experience</i> (X2)	5. konsistensi (<i>consistency</i>),	(Nurmita et al., 2025)
	1. <i>attractiveness</i> ,	
	2. <i>perspicuity</i> (kejelasan),	
Kepuasan Pengguna (Y)	3. <i>efficiency</i> (efisiensi),	(Heristyanto et al., 2022)
	1. Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	
	2. Keefektifan (<i>Effectiveness</i>)	
	3. Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil

4.1.1. Tanggapan Responden

Tabel 2. Hasil Responden Variabel *User Interface*

Pertanyaan	N	Skor	Mean	Kategori
Tampilan menu aplikasi Xyzz membingungkan dan sulit dipahami.	130	407	3.131	Tinggi
Tampilan pada aplikasi Xyzz terasa kurang informatif dan kurang ringkas	130	416	3.200	Tinggi
Desain dan ikon aplikasi Xyzz terasa kurang familiar dibanding aplikasi serupa.	130	409	3.146	Tinggi
Aplikasi Xyzz sering mengalami error ketika digunakan di perangkat yang berbeda.	130	387	2.977	Tinggi
Warna, font, dan gaya tampilan di aplikasi Xyzz kurang konsisten di beberapa bagian.	130	380	2.923	Tinggi

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Tabel 3. Hasil Responden Variabel *User Experience*

Pertanyaan	N	Skor	Mean	Kategori
Aplikasi Xyzz terasa kurang menarik dan kurang menyenangkan saat digunakan.	130	413	3.177	Tinggi
Aplikasi Xyzz cukup sulit dipahami, terutama bagi pengguna baru	130	410	3.154	Tinggi
Penggunaan aplikasi Xyzz kadang terasa tidak efisien untuk memesan layanan dengan cepat.	130	406	3.123	Tinggi
Aplikasi Xyzz cukup sering mengalami error atau kendala saat digunakan.	130	389	2.992	Tinggi
Menggunakan aplikasi Xyzz terkadang membuat saya merasa kurang nyaman atau kurang senang.	130	392	3.015	Tinggi

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Tabel 4. Hasil Responden Variabel Kepuasan Pengguna

Pertanyaan	N	Skor	Mean	Kategori
Aplikasi Xyzz tidak selalu membantu saya menyelesaikan pemesanan dengan cepat dan mudah.	130	406	3.123	Tinggi

Beberapa fitur pada aplikasi Xyzz tidak selalu berfungsi sesuai kebutuhan saya.	130	399	3.069	Tinggi
Saya kurang puas terhadap kinerja dan pengalaman menggunakan aplikasi Xyzz.	130	405	3.115	Tinggi
Saya tidak yakin akan terus menggunakan atau merekomendasikan aplikasi Xyzz kepada orang lain	130	371	2.854	Tinggi

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

4.2. Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Interface

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	0.828	0.3610	Valid
2	0.795	0.3610	Valid
3	0.706	0.3610	Valid
4	0.620	0.3610	Valid
5	0.573	0.3610	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Experience

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	0.628	0.3610	Valid
2	0.585	0.3610	Valid
3	0.833	0.3610	Valid
4	0.791	0.3610	Valid
5	0.678	0.3610	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	0.710	0.3610	Valid
2	0.783	0.3610	Valid
3	0.685	0.3610	Valid
4	0.686	0.3610	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 5, tabel 6 dan tabel 7, hasil analisis menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan pada seluruh variabel penelitian, yaitu *User Interface*, *User Experience* dan kepuasan pengguna, memiliki nilai *r* hitung yang lebih besar daripada *r* tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa semua item pertanyaan memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, dapat diandalkan, dan layak untuk digunakan dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Validitas instrumen ini memastikan bahwa data yang diperoleh mampu merepresentasikan konsep yang diukur secara akurat.

4.3. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Reliabilitas	Jumlah Unit	Keterangan
Brand Image	0.740	>0.6	5	Reliable

Personal Branding	0.746	>0.6	5	<i>Reliable</i>
Keputusan Pembelian	0.684	>0.6	4	<i>Reliable</i>

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8, setiap nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel tersebut melebihi 0,6, sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan. Artinya, apabila pernyataan diajukan kembali, kemungkinan besar akan menghasilkan jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten.

4.4. Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.24312405
Most	Absolute	.060
Extreme	Positive	.036
Differences	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 untuk residual data. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.5. Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	<i>User Interface</i>	.131	7.645
	<i>User Experience</i>	.131	7.645
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna			

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut, Nilai VIF untuk variabel *User Interface* adalah $7.654 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.131 > 0.10$ maka variabel Independent *User Interface* dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikoloniearitas. Pada variabel *User Experience* diperoleh nilai VIF sebesar $7.654 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.131 > 0.10$ maka variabel Independent *User Experience* dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikoloniearitas.

4.6. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.737	.293		2.520	.013
<i>User Interface</i>	-.039	.051	-.188	-.773	.441
<i>User Experience</i>	.053	.049	.262	1.076	.284

a. Dependent Variable: absres

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Nilai probabilitas (Sig) dari variabel *User Interface* sebesar 0.441, dan pada *User Experience* sebesar 0.284. Karena nilai probabilitas (Sig) dari semua variabel lebih dari signifikansi 0.05 atau 5% maka dapat disimpulkan asumsi homoskedastisitas terpenuhi yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.7. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin dekat KD dengan angka satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianggap kuat. Sebaliknya, semakin dekat KD dengan angka nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianggap lemah. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.839	1.25287

a. Predictors: (Constant), *User Experience*, *User Interface*

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai R^2 (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0.839 hal ini berarti bahwa 83.9% variasi dari variabel dependent Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh variasi dari dua variabel independen yaitu *User Interface* dan *User Experience*. Sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 83.9\% = 16.1\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.8. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh signifikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan kriteria pengujian bahwa variabel dianggap berpengaruh signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas $< 0,05$, serta tidak signifikan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas $> 0,05$. Hasil uji T pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.520	.465		1.118	.266
	<i>User Interface</i>	.235	.080	.286	2.923	.004
	<i>User Experience</i>	.519	.079	.645	6.606	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji t, yang tersaji pada tabel 13 diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel *User Interface* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.004, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar $2.923 > t_{tabel} (1.978)$ maka variabel *User Interface* berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis pertama, H1 : variabel *User Interface* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pengguna “diterima”.
2. Variabel *User Experience* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar $6.606 > t_{tabel} (1.978)$ maka variabel *User Experience* berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis kedua, H2 : variabel *User Experience* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pengguna “diterima”.

4.9. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $< 0,05$. Hasil uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1058.257	2	529.128	337.090	.000 ^b
	Residual	199.351	127	1.570		
	Total	1257.608	129			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), *User Experience*, *User Interface*

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 14 didapatkan informasi nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $337.090 > F_{tabel}$ sebesar 3.067 yang artinya variabel independen berupa *User Interface* dan *User Experience* berpengaruh terhadap variabel dependent Kepuasan Pengguna. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen yang berupa *User Interface* dan *User Experience* terhadap variabel dependent berupa Kepuasan Pengguna.

4.10. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, metode ini diterapkan untuk mengevaluasi pengaruh *User Interface* (X_1) dan *User Experience* (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y).

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.520	.465		1.118	.266
	<i>User Interface</i>	.235	.080	.286	2.923	.004
	<i>User Experience</i>	.519	.079	.645	6.606	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda di atas, didapatkan analisis sebagai berikut:

1. Konstanta ($\alpha = 0,520$)

Konstanta sebesar 0.520 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen (*User Interface* dan *User Experience*) maka variabel dependent (Kepuasan Pengguna) nilainya adalah 0.520.

2. Koefisien Regresi *User Interface* ($b_1 = 0,235$)

Koefisien regresi pada variabel *User Interface* (X_1) sebesar 0.235 dan positif artinya jika variabel *User Interface* mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel *User Interface* akan meningkatkan nilai dari variabel Kepuasan Pengguna sebesar 0.235.

3. Koefisien regresi *User Experience* ($b_2 = 0,519$)

Koefisien regresi pada variabel *User Experience* (X_2) sebesar 0.519 dan positif artinya jika variabel *User Experience* mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel *User Experience* akan meningkatkan nilai dari variabel Kepuasan Pengguna sebesar 0.519.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi (b) *User Interface* (0.235) lebih besar dibandingkan dengan *User Experience* (0,519). Dengan demikian, *User Experience* merupakan variabel yang lebih dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

4.11. Pembahasan

4.11.1. Pengaruh *User Interface* Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial, variabel *User Interface* (X_1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) pada aplikasi Xyzz. Hal ini dibuktikan melalui uji t , di mana diperoleh nilai t hitung sebesar 2,923 lebih besar daripada t tabel 1,978 serta nilai signifikansi $0,004 < 0,05$, sehingga dinyatakan **H1 diterima**. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas antarmuka aplikasi, seperti kejelasan tampilan, keringkasan penyajian informasi, kemudahan dikenali, responsivitas, dan konsistensi elemen visual, akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi dimana dalam hal ini, hasil jawaban responden bahwa *User Interface* Xyzz masih memunculkan beberapa persepsi yang perlu menjadi perhatian. Item dengan nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan “tampilan pada aplikasi Xyzz terasa kurang informatif dan kurang ringkas” sebesar 3,200 (kategori tinggi), sedangkan mean terendah terdapat pada pernyataan “warna, font, dan gaya tampilan di aplikasi Xyzz kurang konsisten di beberapa bagian” sebesar 2,923 (kategori tinggi). Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun persepsi responden berada pada kategori tinggi, masih terdapat indikasi bahwa keringkasan informasi serta konsistensi visual merupakan area prioritas yang perlu diperbaiki untuk mendorong kepuasan pengguna yang lebih optimal.

Temuan tersebut didukung oleh penelitian [19] yang menunjukkan bahwa desain UI berpengaruh pada tingkat kepuasan pengguna dan perbaikan desain dapat meningkatkan penilaian pengguna melalui pengujian A/B Testing. Selain itu, [17] juga menegaskan bahwa aspek UI/UX seperti keterbacaan, navigasi, serta kerapian elemen visual berperan penting dalam kenyamanan, sehingga kelemahan pada aspek tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan/usability. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa peningkatan kualitas UI merupakan faktor strategis untuk mendorong kepuasan pengguna pada aplikasi Xyzz.

4.11.2. Pengaruh *User Experience* Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan bahwa variabel *User Experience* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) pada aplikasi Xyzz. Hal ini dibuktikan melalui uji t , di mana nilai t hitung sebesar 6,606 lebih besar daripada t tabel 1,978 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dinyatakan **H2 diterima**. Temuan ini menjelaskan bahwa semakin baik pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi, baik dari aspek kemudahan dipahami, efisiensi penggunaan, keandalan sistem, maupun kenyamanan emosional, maka kepuasan pengguna cenderung meningkat.

Hasil tanggapan responden pada variabel UX menunjukkan bahwa seluruh item berada pada kategori tinggi. Dalam hal ini, artinya responden menilai bahwa *User Experience* Xyzz

terasa kurang memuaskan. Nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan “aplikasi Xyzz terasa kurang menarik dan kurang menyenangkan saat digunakan” sebesar 3,177, sedangkan mean terendah terdapat pada pernyataan “aplikasi Xyzz cukup sering mengalami error atau kendala saat digunakan” sebesar 2,992. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa aspek daya tarik/kenyamanan penggunaan serta stabilitas aplikasi menjadi faktor yang paling dirasakan oleh pengguna dan berpotensi kuat memengaruhi tingkat kepuasan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian [8] yang mengevaluasi UX pada aplikasi Xyzz menggunakan UEQ dan menemukan adanya dimensi UX tertentu (misalnya aspek kebaruan dan efisiensi) yang menjadi perhatian dalam pengalaman pengguna. Selain itu, penelitian [17] juga menyatakan bahwa permasalahan UX seperti navigasi yang tidak intuitif dan tampilan yang terlalu ramai dapat menurunkan penilaian usability, yang pada akhirnya berimplikasi pada kepuasan pengguna. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat bahwa peningkatan UX merupakan faktor utama yang perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi XYZZ.

4.11.4. Pengaruh *User Interface* dan *User Experience* Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian simultan, variabel *User Interface* (X1) dan *User Experience* (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) pada aplikasi Xyzz. Hal ini dibuktikan melalui uji F yang menunjukkan nilai Fhitung sebesar 337,090 lebih besar daripada Ftabel 3,067 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dinyatakan **H3 diterima**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi kualitas antarmuka dan kualitas pengalaman penggunaan secara keseluruhan merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan pengguna Xyzz.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,839 menunjukkan bahwa 83,9% variasi Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh variabel *User Interface* dan *User Experience*, sedangkan 16,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang kuat, sehingga peningkatan UI dan UX layak dijadikan fokus strategis untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan kata lain, perbaikan UI tanpa perbaikan UX (atau sebaliknya) berpotensi tidak memberikan dampak maksimal apabila tidak dilakukan secara terintegrasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian [3] pada aplikasi Tokopedia yang menyatakan bahwa UI dan UX berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, [14] juga menyimpulkan bahwa UI sangat memengaruhi ketertarikan awal pengguna, sedangkan UX menentukan kenyamanan penggunaan lanjutan, sehingga kombinasi keduanya berdampak pada kepuasan dan retensi pengguna. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bahwa strategi peningkatan kepuasan pada aplikasi digital perlu dilakukan secara terintegrasi melalui penguatan UI dan UX secara simultan.

4.11.5. *User Experience* Memberikan Pengaruh Lebih Besar Terhadap Kepuasan Pengguna Dibandingkan *User Interface*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel *User Experience* (X2) merupakan variabel yang lebih dominan memengaruhi Kepuasan Pengguna (Y) dibandingkan *User Interface* (X1). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi *User Experience* sebesar 0,519 yang lebih besar daripada koefisien regresi *User Interface* sebesar 0,235. Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $Y = 0,520 + 0,235X_1 + 0,519X_2$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan UX memberikan kontribusi perubahan kepuasan yang lebih besar dibandingkan peningkatan UI, dengan asumsi variabel lain konstan.

Temuan ini relevan dengan [14] yang menekankan bahwa setelah pengguna tertarik mencoba aplikasi melalui tampilan awal (UI), faktor penentu kepuasan dan retensi lebih banyak ditentukan oleh kemudahan serta kenyamanan pengalaman penggunaan (UX). Selaras dengan itu, [8] juga menyoroti dimensi UX pada Xyzz yang masih perlu ditingkatkan, yang menunjukkan bahwa kualitas pengalaman penggunaan menjadi isu penting bagi pengguna Xyzz. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa perbaikan UX perlu menjadi prioritas utama dalam strategi peningkatan kepuasan pengguna, dengan tetap disertai penguatan UI sebagai pendukung kenyamanan interaksi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel User Interface (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) aplikasi Xyzz, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung 2,923 dengan signifikansi 0,004 ($< 0,05$). Variabel User Experience (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y), dengan nilai t hitung 6,606 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Secara simultan, UI dan UX bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, dibuktikan melalui nilai F hitung 337,090 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,839 menunjukkan bahwa 83,9% variasi Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh UI dan UX, sedangkan 16,1% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Selain itu, User Experience menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi Kepuasan Pengguna, karena koefisien regresi UX (0,519) lebih besar dibanding koefisien regresi UI (0,235).

Penelitian berikutnya disarankan menambahkan variabel lain di luar UI dan UX yang berpotensi memengaruhi kepuasan (misalnya kualitas layanan, persepsi harga, atau kepercayaan), memperluas cakupan responden, serta mempertimbangkan pendekatan campuran agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

Ucapan Terima Kasih : Dengan penuh hormat, rasa terima kasih peneliti sampaikan kepada Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd., dan Deddy Rudhistiar, S.Kom., M.Cs., selaku tim peneliti sekaligus dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan dan motivasi yang luar biasa. Apresiasi mendalam peneliti sampaikan kepada rekan mahasiswa Bisnis Digital dan seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Terakhir, rasa terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan yang besarnya tak terhingga, serta kepada keluarga, yang penulis yakin selalu menyertai langkah penulis dan memberikan dukungan.

Daftar Pustaka

- [1] D. Ajininggar and L. Budiarti, "Pengaruh pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Maxpress Coin Laundry Malang," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2023.
- [2] A. T. Budiarti, F. Wahyudi, and N. Ratnasari, "Analisis pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Gojek menggunakan UX Honeycomb," *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (JUSIFOR)*, vol. 1, no. 2, pp. 104–111, 2022, doi: 10.33379/jusifor.v1i2.1634.
- [3] David, "Analisis pengaruh UI/UX aplikasi Tokopedia terhadap kepuasan pengguna," *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi*, vol. 11, no. 1, 2023, doi: 10.24912/jiksi.v11i1.24088.
- [4] M. S. Febuara, "Perkembangan transportasi ojek online dan pengaruhnya," *Jurnal UPI*, vol. 14, no. 1, pp. 31–42, 2024.
- [5] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [6] J. F. Hair, R. E. Anderson, B. J. Babin, and W. C. Black, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Australia: Cengage, 2019.
- [7] M. Handayani, I. U. Sari, and P. Anggraini, "Pengaruh UI/UX terhadap kepuasan pengguna aplikasi rental motor," *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, vol. 3, no. 2, pp. 81–86, 2025, doi: 10.47233/jiska.v3i2.2136.
- [8] J. H. Permana and E. Saputra, "Evaluasi user experience pada aplikasi Maxim Mobile menggunakan user experience questionnaire," *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 10, no. 2, pp. 1178–1184, 2025.
- [9] A. F. Heristyanto, A. T. Garnadi, and A. H. Al-Hadid, "Analisis kepuasan pengguna website e-learning Nusa Mandiri perihal UI/UX dengan metode e-service quality," *REMik*, vol. 6, no. 4, pp. 729–737, 2022, doi: 10.33395/remik.v6i4.11819.
- [10] A. C. Hindarti, B. I. W. Azis, and Satriadi, "Perancangan user interface website Sense Visual sebagai media promosi," 2023. [Online]. Available: <http://eprints.unm.ac.id/28375/>
- [11] S. Nurani and R. D. Arista, "Desain UI/UX aplikasi website pemesanan foto studio menggunakan metode design thinking," *Journal*

of Informatics Management and Information Technology, vol. 5, no. 3, pp. 211–222, 2025, doi: 10.47065/jimat.v5i3.676.

[12] N. Nurmita, Y. Ramadhani, and Sepriano, “Evaluation of user experience of Belanjo application using user experience questionnaire (UEQ),” *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, vol. 19, no. 1, pp. 30–40, 2025, doi: 10.35457/antivirus.v19i1.4286.

[13] G. Permatasari, “Perkembangan transportasi online di Indonesia,” *Jurnal Penelitian dan Teknologi Aplikasi Manajemen*, vol. 9, pp. 8678–8685, 2025.

[14] M. A. T. Pratama and A. T. Cahyadi, “Effect of user interface and user experience on application sales,” *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, vol. 879, no. 1, 2020, doi: 10.1088/1757-899X/879/1/012133.

[15] A. S. Prawestri and A. Cahayani, “Etika administrasi publik dalam era digital: tantangan dan solusi,” *Trivikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, vol. 6, no. 12, 2025.

[16] S. Purba, R. Sipahutar, and L. T. M. Lg Tua, “Pengaruh service excellence terhadap customer delight pada pelanggan Dopamine Cafe Ringroad,” *Manajemen dan Bisnis (JMB)*, vol. 24, pp. 263–270, Sep. 2024.

[17] T. Sitanggang and I. N. T. A. Putra, “Analisis tingkat kepuasan visual sebagai dampak dari UI/UX dalam aplikasi ‘Manajer Pengeluaran’,” *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 13, no. 2, 2025, doi: 10.23960/jitet.v13i2.6457.

[18] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

[19] F. R. Tampubolon and D. H. Syah, “Analisis peran desain user interface aplikasi mobile Maxim menggunakan metode A/B testing,” *SIMKOM*, vol. 9, no. 2, pp. 172–183, 2024, doi: 10.51717/simkom.v9i2.441.

[20] N. R. Wiwesa, “User interface dan user experience untuk mengelola...,” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, vol. 3, no. 2, pp. 17–31, 2021.