

Perjanjian No: III/LPPM/2014-03/14-P

**PERANCANGAN TAMPILAN WEBSITE HOTEL DENGAN  
MENGUNAKAN *EYE TRACKER USABILITY TESTING***



**Disusun Oleh:  
Ceicalia Tesavrita ST., MT  
Meity Martaleo ST., MBA  
Kristiana Asih Damayanti ST., MT  
Devianatika Yuniari ST.**

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas Katolik Parahyangan  
2014**

# DAFTAR ISI

## Abstrak

### Bab I. Pendahuluan

I.1. Latar Belakang Masalah .....	2
I.2. Identifikasi Masalah .....	3
I.3. Asumsi dan Batasan Penelitian .....	5

### Bab II. Tinjauan Pustaka

II.1. Website .....	6
II.2. Desain Interaksi .....	7
II.3. Usability & Usability Testing .....	10
II.4. Eye Tracking .....	11

### Bab III. Metode Penelitian

III.1. Identifikasi Kebutuhan Konsumen .....	13
III.2. Pemilihan Website .....	14
III.3. Uji Kemampupakaian Website .....	19

### Bab IV. Analisis dan Pembahasan

IV.1. Analisis Hasil Pengujian Kemampupakaian Website Hotel Roemah Dago	28
IV.2. Analisis Hasil Pengujian Kemampupakaian Website Delta HomeStay	46
IV.3. Analisis Perbandingan dan Usulan	63

### Bab V. Kesimpulan dan Saran

### Daftar Pustaka

## ABSTRAK

Semakin banyaknya masyarakat yang terbiasa menggunakan berbagai teknologi informasi mendorong perubahan proses bisnis dari perusahaan. Salah satu dari aktivitas perusahaan yang banyak memanfaatkan sarana teknologi informasi adalah aktivitas promosi. Saat ini telah banyak perusahaan yang memasarkan produk mereka melalui website dan berbagai media sosial seperti facebook, twitter dan berbagai media lainnya. Bisnis perhotelan merupakan salah satu jenis bisnis yang banyak memanfaatkan sarana website sebagai media promosi, informasi, dan juga interaksi dengan calon konsumen. Namun berdasarkan survei, didapatkan bahwa website hotel yang ada sekarang ini kebanyakan tidak memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, dan seringkali tidak memperhatikan faktor kemampuan dari website tersebut. Hal-hal tersebut akan menyebabkan website menjadi tidak efektif.

Usability adalah keadaan dimana sebuah produk atau jasa dapat digunakan sesuai keinginan pengguna tanpa kebingungan (Rubin & Chisnell, 2008). Beberapa atribut usability antara lain usefulness, efficiency, effectiveness, learnability, satisfaction, dan accessibility. Dengan memenuhi seluruh atribut tersebut, rancangan website diharapkan dapat digunakan dengan mudah tanpa perlu pembelajaran khusus terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, akan digunakan juga teknologi eye-tracker untuk membantu mengidentifikasi pergerakan mata dari user. Dengan berdasarkan informasi tersebut, akan dapat diidentifikasi peletakkan informasi dan layout website yang memudahkan user dalam menggunakan website tersebut.

# BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dipaparkan tentang latar belakang pemilihan topik penelitian, identifikasi masalah, sampai dengan perumusan masalah.

## 1.1. Latar Belakang Masalah

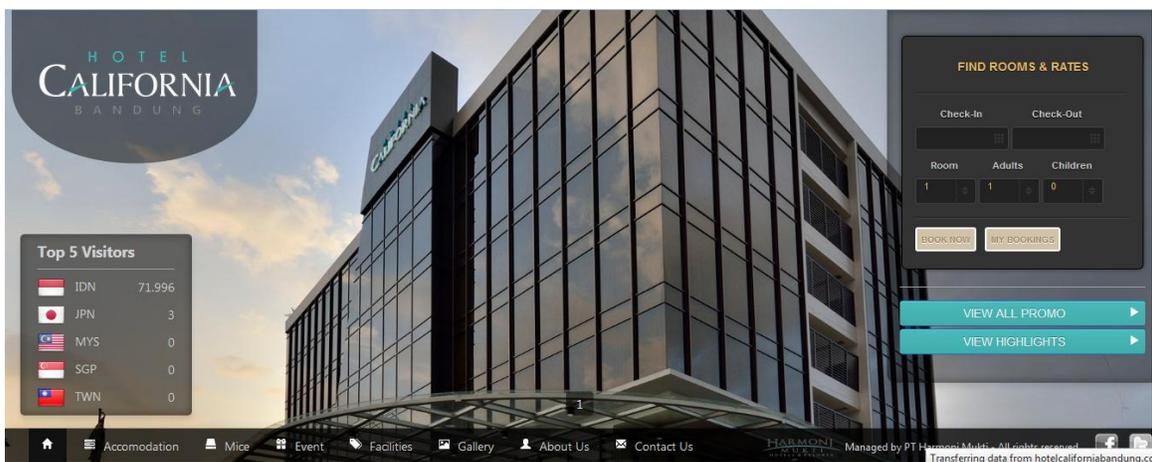
Kemudahan mencari informasi sangat penting di era modern ini karena masyarakat dituntut untuk bekerja dengan cepat. Selain kemudahan, keakuratan informasi yang diperoleh juga menjadi hal yang diperhatikan. Pencarian informasi saat ini sangat mengandalkan teknologi komputer, salah satunya dengan menggunakan internet. Kelebihan bisnis melalui internet menurut Usdiyanto (2002) antara lain efisien, tanpa batas, 24-hours online, interaktif, tidak ada sensor, dan tidak membutuhkan izin spesifik. Berbagai macam informasi dapat diperoleh dengan mengakses website yang ada di internet. Salah satu aktivitas yang berkembang pesat di internet adalah online shopping dan online reservation. Sudah terdapat berbagai macam produk baik barang mau pun jasa yang dapat dipesan dan dibeli via internet, seperti tiket pesawat, makanan, barang elektronik, dan termasuk juga pemesanan kamar penginapan.

Pengunjung penginapan sering kali datang dari tempat yang jauh sehingga sulit untuk melihat langsung lokasi penginapan yang diinginkan. Dengan adanya website yang menampilkan gambaran kondisi penginapan, fasilitas yang tersedia, dan harga yang ditawarkan, pengunjung akan terbantu untuk memilih penginapan mana yang akan mereka tuju. Seiring dengan perkembangan zaman, website penginapan kini tidak lagi hanya menampilkan informasi fasilitas dan harga, namun sudah berkembang hingga menyediakan fitur pemesanan kamar. Fitur ini akan meminta data pengunjung, tanggal kedatangan dan tanggal kepulangan, serta menampilkan jumlah harga yang harus dibayar dan menawarkan berbagai metode pembayaran. Kemudahan ini sangat membantu pengunjung dalam melakukan pemesanan kamar penginapan dengan mengakses website penginapan tersebut.

Website yang dirancang harus memperhatikan usability factors. Usability adalah keadaan dimana sebuah produk atau jasa dapat digunakan sesuai keinginan pengguna tanpa kebingungan (Rubin & Chisnell, 2008). Beberapa atribut usability antara lain usefulness, efficiency, effectiveness, learnability, satisfaction, dan accessibility. Dengan memenuhi seluruh atribut tersebut, rancangan website diharapkan dapat digunakan dengan mudah tanpa perlu pembelajaran khusus terlebih dahulu. Salah satu dampak negatif jika usability factors diabaikan adalah hilangnya pelanggan potensial (Mifsud, 2011). Ditengah ramainya bisnis di internet, jika website sulit dalam penggunaannya, sangat besar kemungkinan pelanggan akan mencari website lain yang lebih mudah digunakan.

## 1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

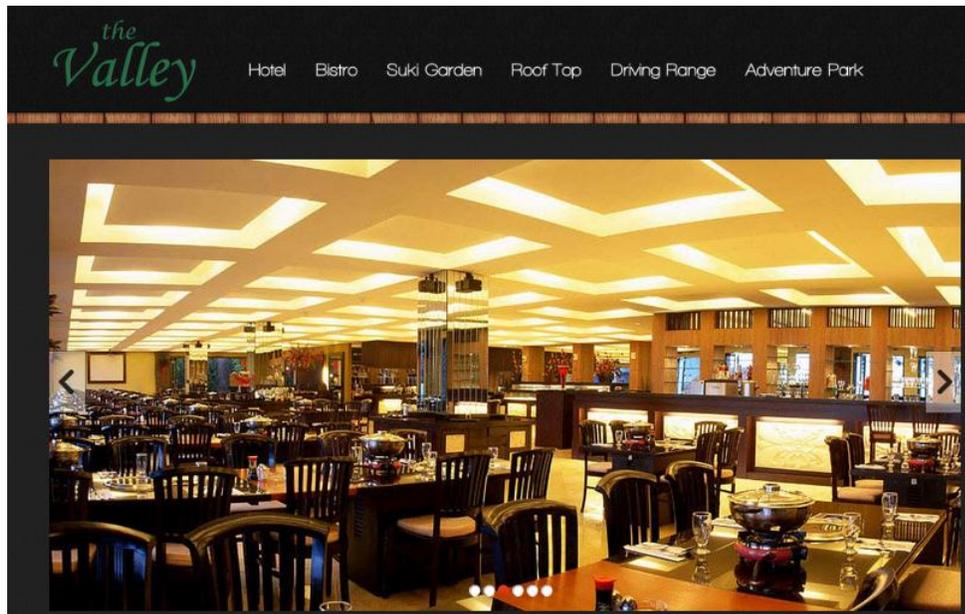
Website hotel yang ada saat ini memiliki layout yang beragam. Jenis dan tingkat kelengkapan datanya pun berbeda-beda antara satu website hotel dengan website hotel lainnya. Contoh tampilan website dari berbagai hotel dapat dilihat pada Gambar 1 sampai dengan Gambar 3. Informasi yang perlu diletakkan pada website sebenarnya tergantung pada fasilitas dan promosi apa saja yang ditawarkan dari pihak hotel. Perbedaan kelengkapan dan variasi fasilitas hotel dapat dilihat berdasarkan kategori bintang dari hotel tersebut. Pemberian kategori bintang tersebut didasarkan pada SK Menteri Perhubungan No. 10/PW-301/Phb-77 tertanggal 22 Desember 1977 dan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 1. Tampilan website hotel 1



Gambar 2. Tampilan website hotel 2



Gambar 3. Tampilan website hotel 3

No	Jenis Hotel	Jenis Kamar Hotel						Luas Total (M)
		Single/standard		Double/standard		Suite		
		Jml (min)	Luas (W)	Jml (min)	Luas (W)	Jml (min)	Luas (W)	
1	Bintang 1	1	20	14	20	0	48	300
2	Bintang 2	2	16	17	20	1	48	420
3	Bintang 3	3	16	25	24	2	48	744
4	Bintang 4	7	20	40	24	3	48	1244
5	Bintang 5	10	20	86	26	4	52	2644

Gambar 4. Klasifikasi jenis hotel

(sumber: <http://www.archmaxter.com/2013/11/pembagian-kelas-hotel-berdasarkan-sk-menteri-perhubungan.html>)

Ketiga contoh website tersebut memiliki layout yang berbeda-beda, dan juga tingkat kelengkapan informasi yang berbeda. Dalam penelitian ini, akan digunakan juga teknologi eye-tracker untuk membantu mengidentifikasi pergerakan mata dari user. Dengan berdasarkan informasi tersebut, akan dapat diidentifikasi peletakkan informasi dan layout website yang memudahkan user dalam menggunakan website tersebut

### 1.3.Asumsi dan Batasan Penelitian

Berikut adalah asumsi dan pembatasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

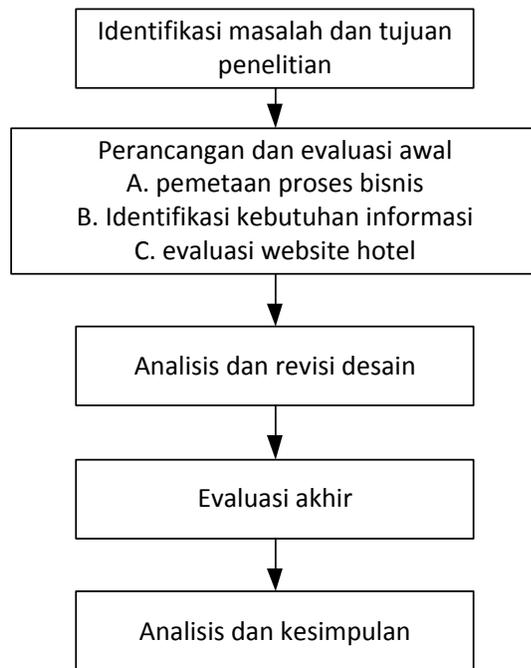
- a. Rancangan yang dibuat hanya tampilan antarmuka website
- b. Prototipe yang dihasilkan berupa low fidelity prototype.
- c. Website dirancang untuk jenis hotel berbintang 1 dan 2

### 1.4. Metodologi Penelitian

Dalam Bab ini akan dijabarkan tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam proses penelitian, meliputi tahapan pengumpulan data, pengolahan data, sampai dengan analisis yang gambarnya dapat dilihat di Gambar 9.

Tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Identifikasi masalah dan tujuan penelitian  
Tahap awal yang dilakukan dalam penelitian ini adalah proses mengidentifikasi masalah sampai kemudian dapat dirumuskan menjadi suatu tujuan. Proses identifikasi masalah dilakukan dengan cara membandingkan kejadian yang terjadi di lapangan dengan system ideal berdasarkan literature. Selain itu, permasalahan juga teridentifikasi melalui proses pengamatan dan wawancara di lapangan.
- b. Perancangan dan evaluasi awal  
Tahap berikutnya adalah perancangan awal dari desain website. Pada tahap ini, yang pertama dilakukan adalah melakukan evaluasi awal dari berbagai website sudah ada. Selain itu juga akan dilakukan wawancara kepada konsumen. Kebutuhan data yang akan dicantumkan didalam website, diidentifikasi berdasarkan pemetaan proses bisnis dan aktivitas dari hotel.  
  
Berdasarkan seluruh data yang didapat, akan dirancang beberapa alternatif desain awal dari tampilan website. Desain awal ini akan dievaluasi dengan menggunakan metode usability dan eye tracker.
- c. Analisis dan revisi desain.  
Dari hasil evaluasi awal, akan dibuat desain revisi . Desain revisi ini akan dievaluasi ulang dengan menggunakan metode yang sama sehingga akan didapatkan desain akhir.
- d. Analisis dan kesimpulan  
Pada tahap akhir penelitian akan dilakukan analisis terhadap rancangan akhir dari tampilan website sehingga akan dibuat sebuah *soft –fidelity prototype*.



Gambar 5. Metodologi Penelitian

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan secara jelas kajian pustaka yang melandasi penelitian ini, yaitu teori mengenai rancangan pabrik, analisis kelayakan aspek teknik, aspek finansial, dan aspek legal.

### II.1. Website

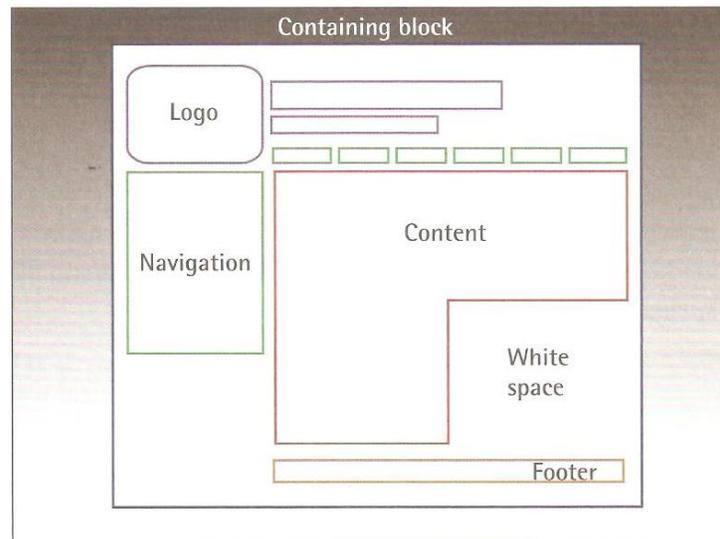
Website adalah kumpulan web page yang dihubungkan dengan hyperlink dan mengandung informasi tentang seseorang, organisasi, dan lain-lain (Merriam-Webster's online dictionary, (n.d)) Setiap web page terdiri dari beberapa bagian yang disebut dengan web page anatomy. Menurut Beard, ada enam bagian utama dari sebuah web page, yaitu containing block, logo, navigation, content, footer, dan whitespace (Beard, 2007). Gambaran umum sebuah web page dapat dilihat pada Gambar 5.

a. Containing block

Containing block adalah tempat meletakkan isi web page. Ukuran containing blocks dapat diatur (fixed) sehingga ukuran web page akan selalu sama atau dapat bersifat liquid, sehingga lebar web page akan menyesuaikan dengan lebar browser window.

b. Logo

Logo ditampilkan sebagai bagian dari identity block, yaitu bagian yang menjelaskan identitas pemilik website. Dengan adanya logo, user dapat mengetahui bahwa web page yang sedang mereka kunjungi adalah bagian dari suatu website tertentu.



Gambar 6. Anatomy of a web page

(Sumber: Beard, J. 2007. The Principles of Beautiful Web Design, Victoria: SitePoint, h.7)

Navigation

Navigation adalah bagian dimana user dapat memilih web page yang ingin dikunjungi selanjutnya. Navigation harus mudah ditemukan dan digunakan, karena itu sebaiknya bagian ini terletak di bagian atas web page agar dapat ditemukan tanpa harus scroll down terlebih dahulu.

c. Content

Content adalah isi utama dari web page. Content harus menarik perhatian user dan menampilkan informasi utama. Hal ini ditujukan agar user tidak perlu membaca dengan seksama baris per baris isi web page untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

d. Footer

Footer merupakan penanda akhir web page. Footer biasanya berisi copyright, contact, legal information, dan link referensi dari artikel dalam content.

e. Whitespace

Whitespace adalah bagian yang tidak terisi dengan gambar dan tulisan.

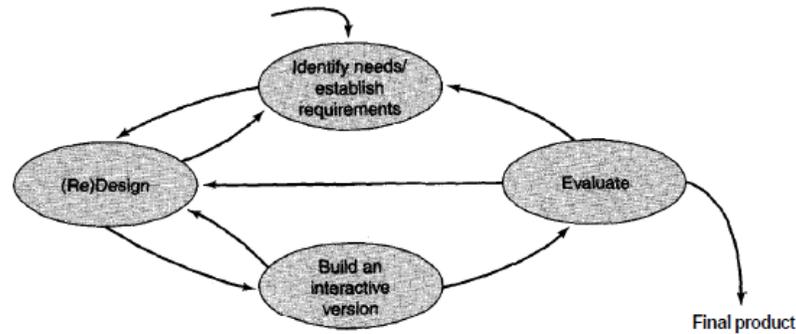
## II.2. Desain Interaksi

Desain interaksi adalah suatu proses merancang suatu produk interaktif yang dapat menunjang manusia dalam kehidupan dan pekerjaannya sehari-hari (Preece, Rogers, dan Sharp, 2002, h. 6). Terdapat empat aktivitas dasar dalam proses desain interaksi, (Preece at al. 2002, h.12) yaitu identifying needs and establishing requirement, developing design alternatives, building interactive versions of the designs, dan evaluating designs.

Keempat aktivitas tersebut sangat erat hubungannya. Untuk mendapat desain yang sesuai dengan user, maka kebutuhan harus diidentifikasi sesuai dengan karakteristik user dan jenis sistem yang akan dibuat. Kebutuhan inilah yang kemudian akan menjadi dasar pembuatan desain dan dasar evaluasi desain yang telah dihasilkan. Final product harus dapat memenuhi kebutuhan user, sehingga untuk menyempurnakan sistem yang dihasilkan harus dilakukan perbaikan (redesign). Berikut adalah gambar hubungan antaraktivitas desain interaksi.

a. Identifying Needs and Establishing Requirement

Identifying needs and establishing requirement adalah proses menentukan kebutuhan apa saja yang harus diakomodasi oleh sistem agar cocok untuk user (Preece at al. 2002, h. 169). Karakteristik user dan tujuan yang ingin dicapai oleh user harus dipahami dengan baik agar sistem yang dikembangkan dapat menunjang kegiatan user. Secara umum pada tahap ini dilakukan pengumpulan data, yang kemudian akan diinterpretasikan menjadi daftar kebutuhan.



Gambar 7. A simple interaction design model

(Sumber: Preece et al. (2002). Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, 1st edition. New York: John Wiley & Sons, h. 186)

b. Developing Design Alternatives

Developing design alternatives adalah proses pengembangan desain sistem. Aktivitas ini terbagi menjadi dua, yaitu conceptual design dan physical design. Conceptual design berfokus pada apa yang harus sistem lakukan, sedangkan physical design berfokus pada tampilan sistem, seperti warna, icon, gambar, dan suara (Preece et al. 2002, h. 169).

Conceptual design adalah aktivitas mentransformasi daftar kebutuhan user menjadi conceptual model. Conceptual model didefinisikan sebagai deskripsi sistem yang diusulkan dalam bentuk satu set ide dan konsep-konsep yang terintegrasi tentang apa yang harus dilakukan sistem, bagaimana sistem berperilaku, dan bagaimana tampilan sistem yang dapat dipahami oleh pengguna (Preece et al. 2002, h. 249). Pengembangan conceptual model dapat dilakukan dengan bantuan skenario. Skenario, menurut Carroll, adalah sebuah narasi deskriptif informal (Carroll, 2000 dalam Preece et al. 2002, h.223). Skenario menjabarkan kegiatan atau pekerjaan manusia dalam bentuk cerita. Berbagai kebutuhan user akan tergambarkan dalam skenario, sehingga perancang akan lebih mudah memahami bagaimana user menggunakan produk. Conceptual model yang telah dikembangkan kemudian akan direalisasikan dalam bentuk prototipe. Prototipe digunakan untuk mendapat feedback awal mengenai produk yang dikembangkan, sehingga perbaikan dapat dilakukan lebih awal.

Physical design merupakan tahap lanjutan dalam pengembangan desain produk. Pada tahap ini dilakukan perancangan tampilan, seperti bentuk icon, susunan menu, desain keypad pada ponsel, dan lain-lain. Physical design dan conceptual design dapat dilakukan beriringan, karena saat melakukan conceptual design, terkadang muncul ide-ide untuk physical design. Sebagai contoh, saat merancang perpindahan screen website, perlu dipikirkan juga bentuk icon atau menu yang digunakan. Sebaliknya, terkadang perlu untuk melakukan perbaikan atau penambahan pada conceptual design agar sesuai dengan physical design yang sedang dirancang.

c. Building Interactive Versions of the Designs

Building interactive versions of the designs adalah pembuatan prototipe sistem untuk menggambarkan interaksi terjadi antara user dan sistem (Preece et al. 2002, h. 169). Tahap ini bertujuan untuk mengetahui apakah desain sistem yang dihasilkan telah sesuai dengan kebutuhan user. Prototipe dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu low-fidelity prototype dan high-fidelity prototype.

d. Evaluating Design

Evaluating designs adalah proses penilaian terhadap sistem yang telah dibuat berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Preece et al. 2002, h. 169). Evaluasi dapat dilakukan pada setiap tahap perancangan sesuai dengan kebutuhan dan jenis produk yang dirancang. Ada beberapa jenis pendekatan yang dapat digunakan untuk mengevaluasi sebuah rancangan produk (Preece et al. 2007), yaitu usability testing, field studies, dan analytical approach.

### II.3. Usability dan Usability Testing

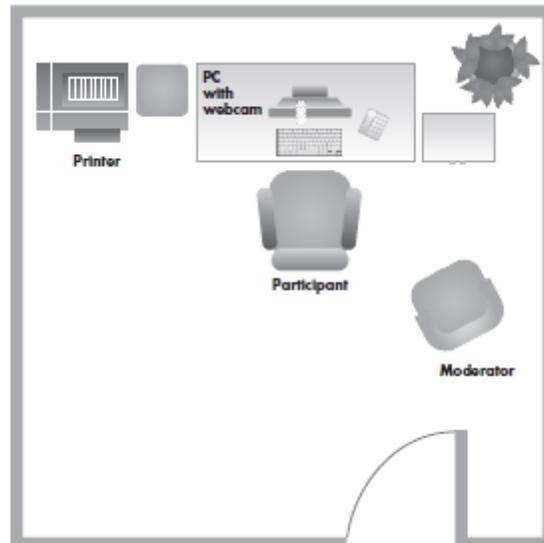
Tujuan utama dari proses desain interaksi adalah untuk mencapai usability goals. Usability adalah keadaan dimana sebuah produk atau jasa dapat digunakan sesuai keinginan pengguna tanpa keraguan dan kebingungan (Rubin & Chisnell, 2008). Usability goals memastikan produk mudah untuk dipelajari, dapat digunakan dengan efektif, dan dapat dinikmati oleh user (Preece et al, h. 14). Usability goals dapat dibagi menjadi beberapa poin, yaitu:

- a. Effective to use (effectiveness), yaitu seberapa baik sebuah sistem melakukan tugasnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- b. Efficient to use (efficiency), yaitu seberapa baik sebuah sistem mendukung aktivitas user dalam melakukan tugasnya.
- c. Safe to use (safety), yaitu sistem mampu menghindarkan user dari situasi yang tidak diinginkan dan membahayakan.
- d. Having good utility (utility), yaitu sistem menyediakan fungsi yang sesuai dengan kebutuhan, sehingga user dapat melakukan operasi yang diinginkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- e. Easy to learn (learnability), yaitu seberapa mudah sistem dipelajari dan dimengerti oleh user.
- f. Easy to remember how to use (memorability), yaitu seberapa mudah cara penggunaan sebuah sistem untuk diingat oleh pengguna setelah dipelajari.

Untuk memastikan produk yang dirancang telah memenuhi usability goals, maka perlu dilakukan usability testing. Usability testing dilakukan pada kondisi terkontrol, user akan

diminta untuk melakukan tugas-tugas spesifik dengan perangkat yang telah disediakan. Contoh layout ruangan yang dapat digunakan dapat dilihat pada Gambar 7. Menurut Wixondan Wilson, dari proses usability testing, dapat diperoleh pengukuran performansi user secara kuantitatif (Wixon dan Wilson, 2007 dalam Preece et. al. 2007), yaitu:

- a. Waktu penyelesaian suatu tugas.
- b. Waktu penyelesaian suatu tugas setelah tidak berinteraksi dengan produk selama beberapa waktu tertentu.
- c. Jumlah dan jenis kesalahan yang dilakukan pada tiap tugas.
- d. Jumlah kesalahan per satuan waktu.
- e. Jumlah penggunaan online help atau user manual.
- f. Jumlah user yang melakukan kesalahan yang sama.
- g. Jumlah user yang dapat menyelesaikan tugas.



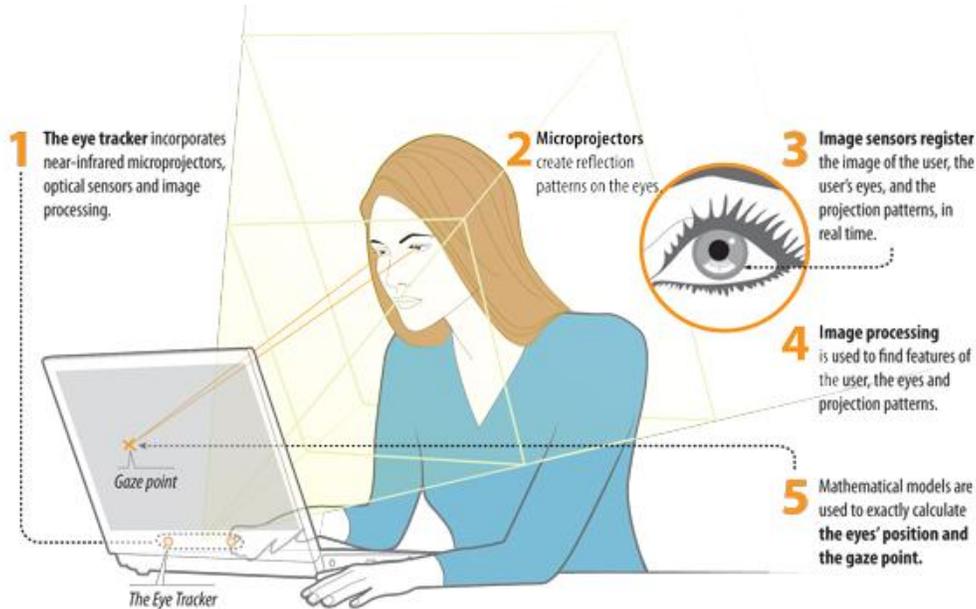
Gambar 8. *Layout ruangan untuk usability testing*

(Sumber: Rubin & Chisnell. 2008. Handbook of Usability Testing, How to Plan, Design, and Conduct Effective Test. Indiana: Wiley Publishing, Inc. h. 32)

## II.4. Eye Tracking

Eye tracking adalah proses mengamati ke arah pengelihatan seseorang. Pada dasarnya, eye tracking adalah perilaku alami manusia. Seiring dengan perkembangan teknologi, sistem eye tracking kini diintegrasikan pada peralatan elektronik. Tujuan dilakukannya eye tracking adalah untuk meningkatkan kualitas user interface pada berbagai produk dan untuk meningkatkan pemahaman terhadap perilaku manusia.

Eye tracker adalah sebuah alat yang menggunakan sensor optik dan pola proyeksi untuk mendapatkan data posisi mata, arah pengelihatan, atau pergerakan mata dengan tingkat akurasi tinggi. Pada dasarnya, eye tracker menggunakan prinsip dasar corneal reflection tracking. Gambaran proses eye tracking dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 9. Eye tracking

(Sumber: <http://www.tobii.com/en/about/what-is-eye-tracking/>)

Data yang dapat diperoleh dari proses eye tracking adalah:

- Gaze direction and gaze point: arah pandangan digunakan untuk mengetahui titik-titik mana yang menarik perhatian user.
- Eye-presence detection: keberadaan mata di area pengamatan eye tracker.
- Eye position: pelacakan posisi mata dilakukan secara kontinu, sehingga user yang bergerak bebas dapat terus dipantau posisi matanya.
- User identification: pergerakan mata dikombinasikan dengan face identification, sehingga sistem eye tracking dapat digunakan untuk masuk ke dalam akun komputer (logging on).
- Eyelid closure: frekuensi kedipan mata digunakan untuk mengetahui tingkat kantuk seseorang.
- Eye movement and patterns: pergerakan mata digunakan untuk mempelajari perilaku seseorang, sehingga dapat diketahui tahapan seseorang memroses informasi yang dilihatnya.
- Pupil size and pupil dilation: perubahan ukuran pupil merupakan indicator emosi seseorang. Bersamaan dengan analisa ekspresi wajah, sering digunakan untuk menciptakan user experience yang inovatif.

## BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan selama penelitian, yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen sampai pelaksanaan uji kemampupakaan website

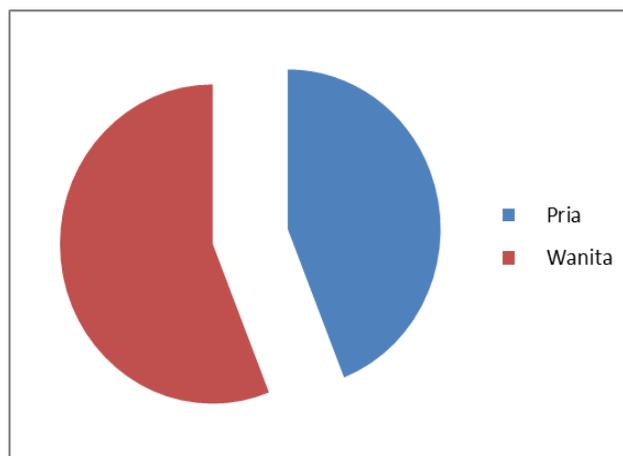
### III.1. Identifikasi Kebutuhan Konsumen

Seperti yang telah ditentukan diawal, objek penelitian yang dipilih pada penelitian ini adalah website hostel, dimana dari sisi kelengkapan fasilitas dan harga yang ditawarkan, hostel ini setara dengan hotel bintang 1 dan hotel bintang 2. Pembatasan ini harus dilakukan karena berdasarkan penelitian awal, karakteristik konsumen hostel (dan hotel berbintang 1 & 2) jauh berbeda dengan karakteristik konsumen di hotel berbintang 3, 4, dan 5.

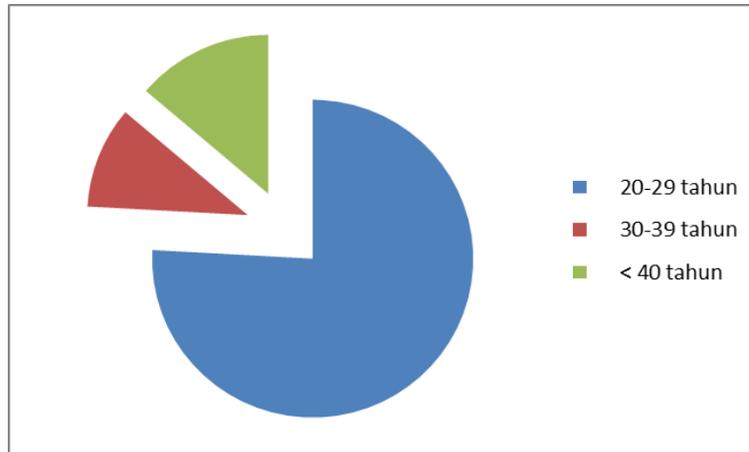
Proses identifikasi kebutuhan konsumen dilakukan dengan proses wawancara, dimana wawancara dilakukan terhadap 25 orang responden. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pola perilaku responden dalam memilih sebuah hostel berdasarkan informasi yang didapatkan dari sebuah website.

Responden yang dipilih adalah responden yang sering menginap di hostel, hotel bintang 1 dan hotel bintang 2 dan melakukan observasi melalui website. Data demografis responden dapat dilihat pada Gambar III.1 s.d. Gambar III.3 Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur namun dengan poin-poin pertanyaan sebagai berikut:

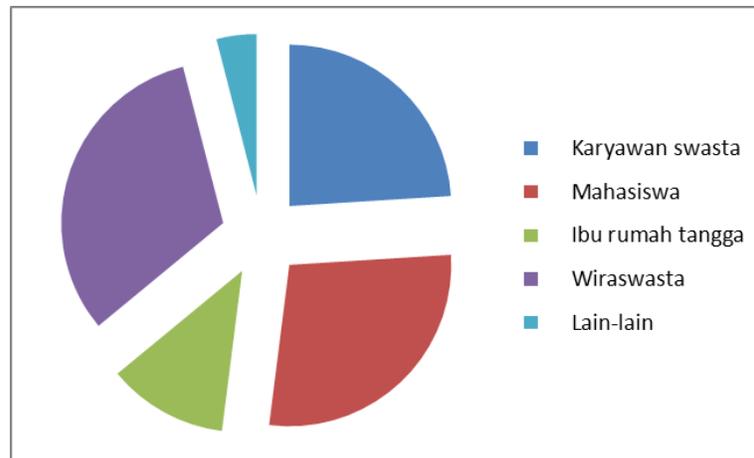
- a. Profil responden
- b. Preferensi responden mengenai sebuah website
- c. Proses yang dilakukan responden pada saat mengevaluasi sebuah hostel melalui website.



Gambar III.1. Jenis kelamin responden



Gambar III.2. Rentang umur responden



Gambar III.3. Profesi responden

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan bahwa informasi-informasi yang sering dicari pada saat mereka membuka sebuah website hotel adalah:

- Informasi lokasi hotel dan area sekitarnya
- Informasi fasilitas yang dimiliki
- Informasi type kamar dan harga yang ditawarkan
- Informasi cara pemesanan dan pembayaran

### III.2. Pemilihan Website Hotel

Dalam penelitian ini, akan dibandingkan pola perilaku responden pada saat menggunakan website untuk memilih hotel yang akan mereka gunakan. Untuk keperluan itu, akan dipilih 2 website hotel yang memiliki perbedaan dalam layout websitenya, namun masih termasuk dalam kategori hotel yang sama.

Website yang pertama adalah website sebuah hotel yang berlokasi di daerah Dago, Bandung, dengan alamat website [www.86dago.com](http://www.86dago.com). Hotel RoemahDago ini merupakan sebuah bisnis keluarga yang memanfaatkan rumah mereka di Bandung yang tidak terpakai. Tema yang diusung oleh bisnis ini adalah menjual jasa penginapan yang menekankan keramahan dan kekeluargaan sehingga para tamu merasa berada di rumah sendiri. Tampilan utama dari website ini dapat dilihat pada Gambar III.4 sampai dengan Gambar III.11

Seperti dapat dilihat pada Gambar III.5, hotel ini menawarkan 3 kamar dengan kisaran harga antara Rp. 200.000,- s.d. Rp. 300.000,- dengan fasilitas yang kurang lebih sama. Kelebihan dari hotel ini adalah lokasinya yang berada di jalan Dago, pusat keramaian dan salah satu jalan utama di Bandung. Selain itu, konsumen pun dapat melakukan reservasi untuk seluruh kamar dan menggunakan seluruh fasilitas rumah tersebut, sehingga akan terasa seperti menginap di villa ataupun di rumah sendiri

Seperti yang terlihat di Gambar III.10, proses reservasi dapat dilakukan secara online, dan calon konsumen pun akan langsung mendapatkan konfirmasi dari reservasi yang dilakukan. Website ini juga dapat ditampilkan dalam 2 versi bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Hal ini dilakukan untuk mempermudah calon konsumen yang berasal dari luar negeri.

**Roemah Dago 86**      ENGLISH      BAHASA

HOME    ROOMS    FACILITIES    LOCATION    CONTACT US

**Reservation** ?

Name\* \*required field

Email \*

Phone\*

Address

Check In\* (DD/MM/YY)

Check Out\* (DD/MM/YY)

Room\*

861    862    863

Payment Method\*

On the spot

Transfer

**Rooms**

Facilities	861 IDR 200.000	862 IDR 200.000	863 IDR 300.000
Queen Size Bed	√	√	√
Single Size Bed	X	X	√
Shower (Hot & Cold)	√	√	√
Air Conditioner	√	√	√
Towel*	optional	optional	optional
TV (Local channel)	√	√	√
Wifi	√	√	√
Morning Snack	√	√	√
Extra Bed**	X	X	optional
Capacity	2 persons	2 persons	3 persons

\* charged IDR 25.000 includes tooth brush and tooth paste  
\*\* charged IDR 75.000 includes pillow

Room 861

Room 862

Room 863

**Testimonials**

"Tampahnya nyaman, gampang dapet kendaraan umum, recommended lah kalo mau liburan 1-2 hari di Bandung"  
- Reinardus Dharma

Visitor number  
001

Jl. Ir. Juanda (Dago) No.86A    dago86a@gmail.com  
Dago, Bandung, West Java    +62888xxxxx

Gambar III.5 Tampilan Halaman *Rooms* [www.86dago.com](http://www.86dago.com)



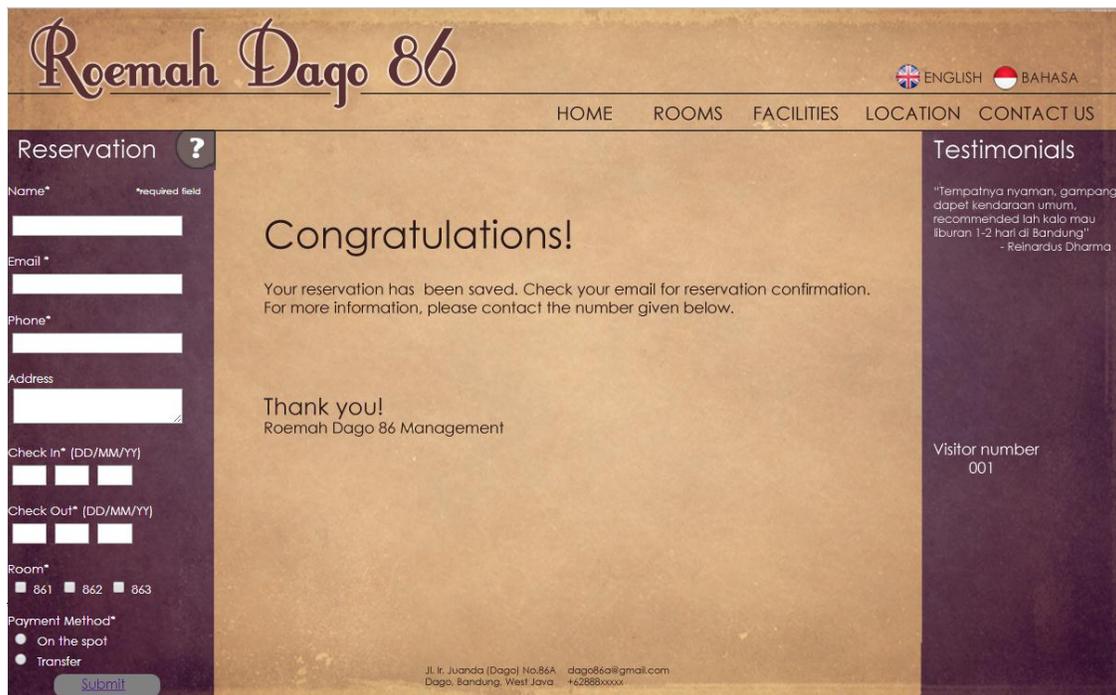
Gambar III.6 Tampilan Halaman *Facilities* [www.86dago.com](http://www.86dago.com)



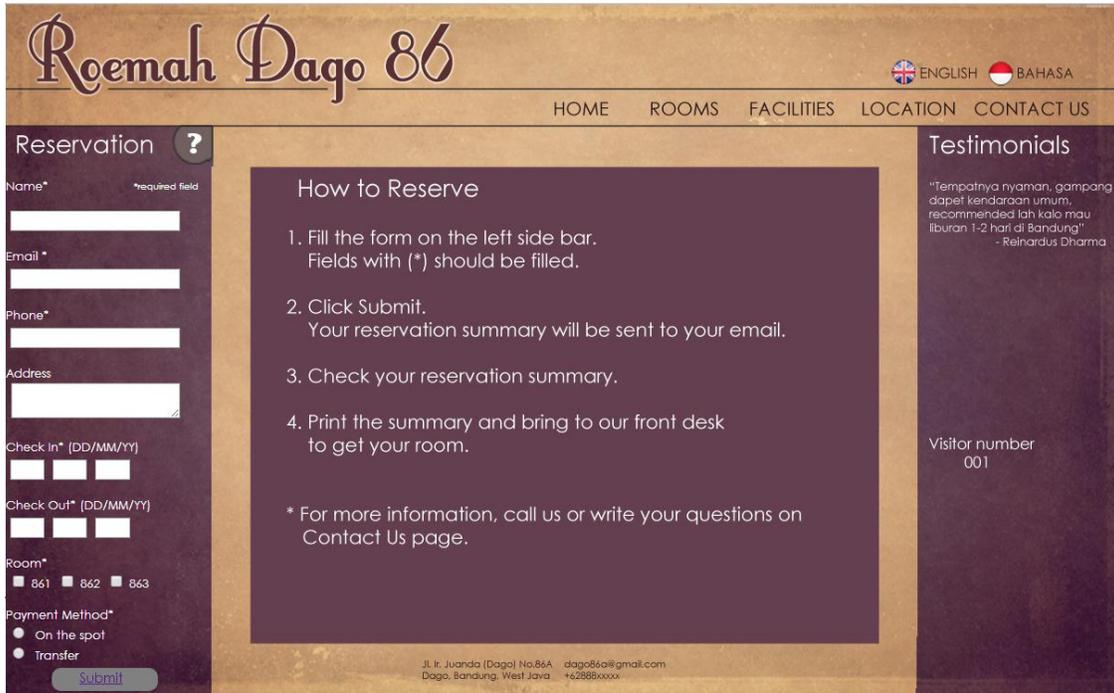
Gambar III.7 Tampilan Halaman *Location* [www.86dago.com](http://www.86dago.com)



Gambar III.8 Tampilan Halaman *Contact Us* [www.86dago.com](http://www.86dago.com)



Gambar III.9 Tampilan Halaman Konfirmasi Pengiriman Reservasi [www.86dago.com](http://www.86dago.com)



Gambar III.10 Tampilan Halaman *How to Reserve* [www.86dago.com](http://www.86dago.com)



Gambar III.11 Tampilan Halaman Beranda [www.86dago.com](http://www.86dago.com) dalam bahasa Indonesia

Website hotel kedua yang akan dijadikan objek penelitian adalah Delta homestay <http://www.dutagardenhotel.com/en/guest-house/>. Hotel ini terletak di Yogyakarta dan merupakan anak perusahaan dari group Duta Garden Hotel. Jadi, pada saat memasuki websitenya, konsumen harus mengklik icon delta guest house terlebih dahulu. Website ini dipilih karena guesthouse ini memiliki karakteristik yang serupa dengan Roemah Dago 86.

Berdasarkan layout websitenya, terdapat perbedaan dengan website yang pertama. Website hotel 1 (Roemah Dago 86) memiliki susulan tab bar yang berada di atas halaman, dengan ruang untuk reservasi disebelah sisi kiri halaman. Sedangkan website hotel 2 (Delta homestay) memiliki susunan tab bar di sisi kiri halaman dan tidak ada ruang reservasi di halaman utama. Jika responden ingin melakukan reservasi di website hotel 2, maka konsumen harus masuk terlebih dahulu ke halaman reservasi. Tampilan untuk website hotel 2 dapat dilihat pada Gambar III.12 sampai dengan Gambar III.15.

### **III.3. Uji Kemampupakaian Website**

#### **III.3.1 Penentuan Kriteria Pengujian**

Langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah mengevaluasi kemampupakaian dari website hotel 1 dan website hotel 2. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk membandingkan pola perilaku responden pada saat menggunakan kedua website tersebut. Dalam melakukan uji kemampupakaian, terdapat beberapa kriteria yang bisa digunakan. Pada penelitian ini hanya akan ada dua kriteria yang digunakan, yaitu kriteria efektivitas dan efisiensi.

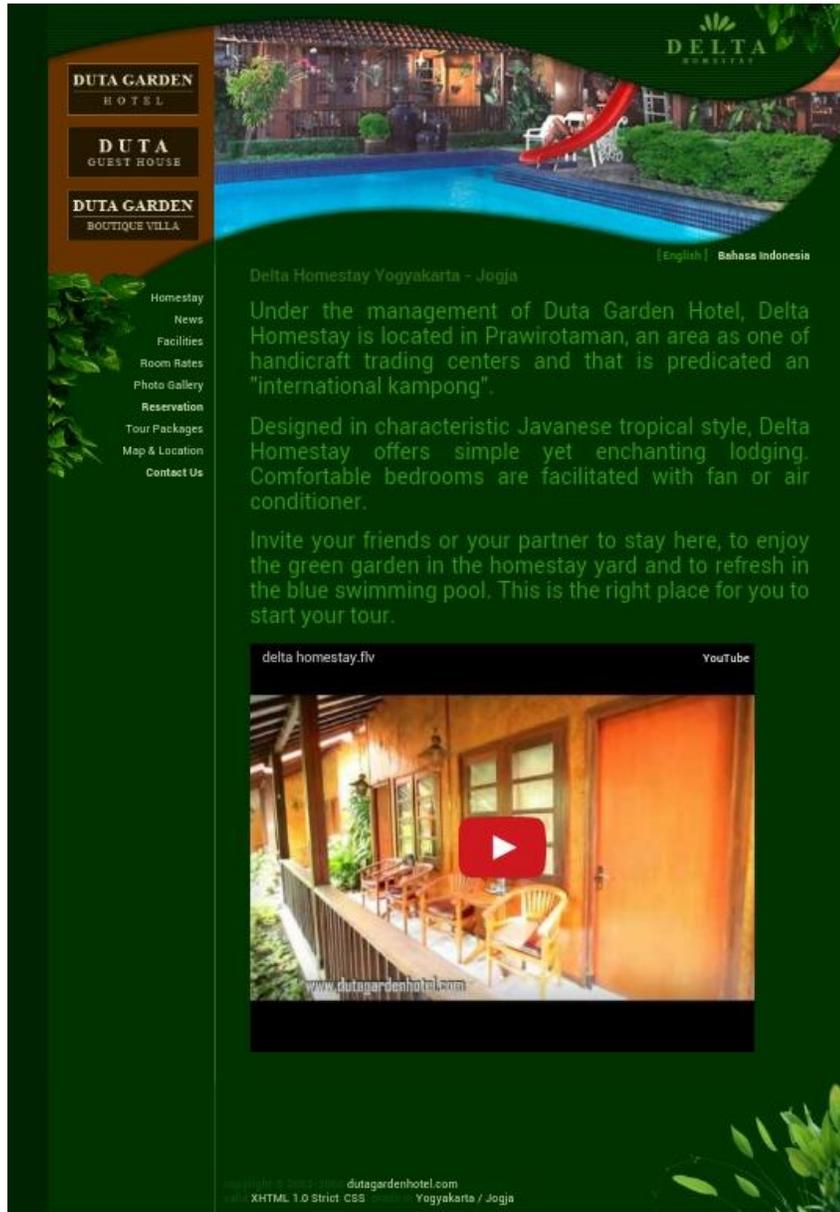
Kriteria efektivitas mengukur seberapa baik website dalam memenuhi tujuannya. Hal ini akan dinilai berdasarkan keberhasilan responden dalam melakukan tugas-tugas yang diminta. Sedangkan kriteria efisiensi mengukur seberapa cepat waktu yang dibutuhkan responden untuk melakukan tugasnya dengan benar.

#### **III.3.2 Perancangan Pengujian Kemampupakaian**

Tahap pertama dalam uji kemampupakaian adalah merancang daftar tugas (*task list*) yang akan diberikan kepada responden. Daftar tugas ini dirancang berdasarkan proses identifikasi kebutuhan yang dilakukan di awal penelitian. Berdasarkan proses tersebut, terdapat 4 hal yang akan diminta dilakukan responden, yaitu:

- a. Mencari informasi lokasi hotel
- b. Mencari informasi fasilitas yang tersedia
- c. Mencari informasi (tipe dan harga) kamar yang tersedia
- d. Melakukan reservasi untuk tipe kamar dan tanggal yang telah ditentukan.

Dalam melakukan uji kemampuan, sangat penting untuk menyamakan persepsi responden terlebih dahulu. Untuk itu, dibuatlah sebuah persona dan skenario yang dapat dilihat pada Gambar III.16 dan Gambar III.17. Persona ini akan diberikan kepada responden sebelum mereka melakukan uji kemampuan.



Gambar III.12 Tampilan awal

**DUTA GARDEN**  
BOUTIQUE VILLA

[ English ] Bahasa Indonesia

Homestay Reservation

DELTA HOMESTAY  
Jl. Prawirotaman MG.III/597-A  
Yogyakarta 55153 Indonesia  
Phone: +62 81 727 1047, +62 274 7477537  
Fax: +62 274 372064

**Online Reservation Form**

Name: Mr.

e-mail:

Birth Date (mm/dd/yyyy): Date

Full Address:

Phone:

Fax (optional):

Type of Room:

Number of Persons:

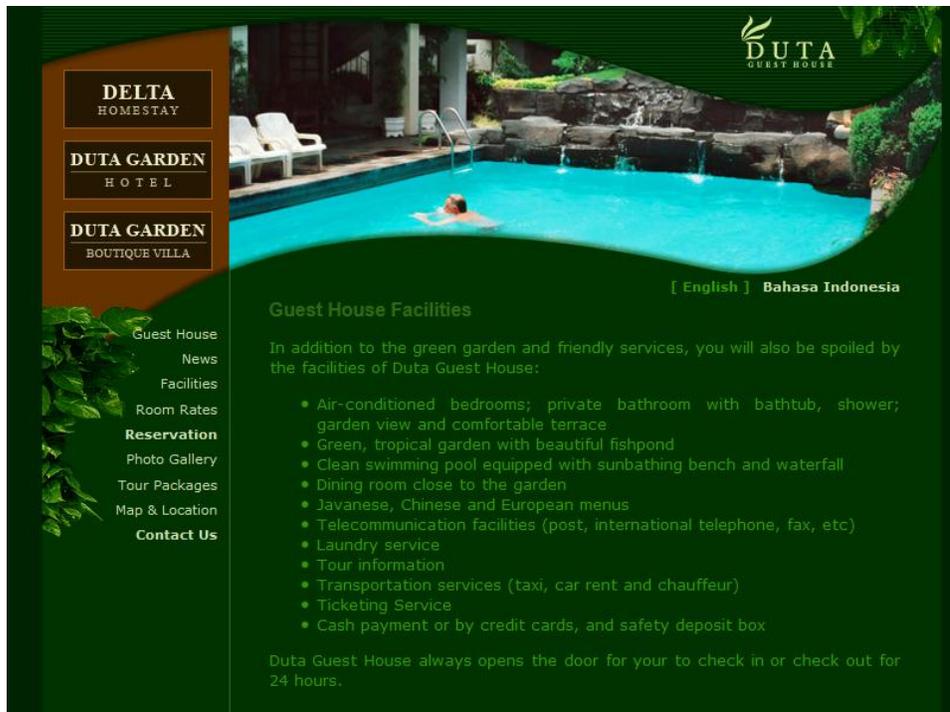
Number of Rooms:

Check-in (mm/dd/yyyy): Date

Check-out (mm/dd/yyyy): Date

Special Request (optional):

Gambar III.13 Tampilan Halaman *Reservation*



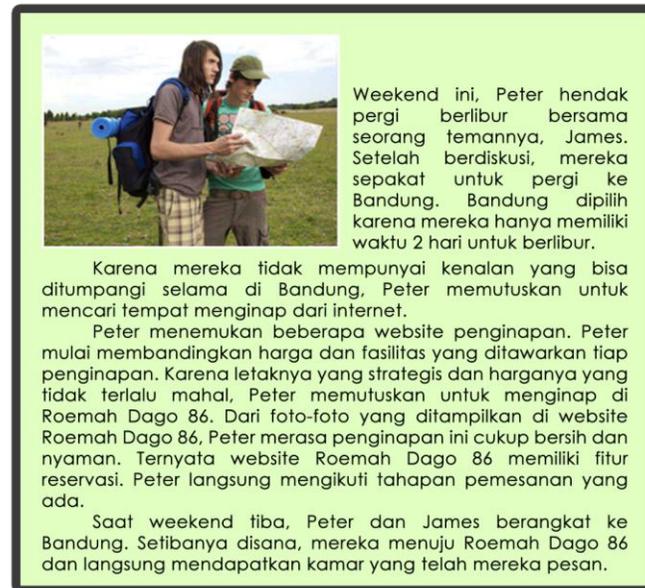
Gambar III.14. Tampilan halaman fasilitas guesthouse



Gambar III.15. Tampilan halaman list kamar guesthouse



Gambar III.16 Persona



Gambar III.17 Skenario

Uji kemampupakaian website ini dilakukan dengan menggunakan alat eye tracker dan software Tobii. Eye tracker merupakan sebuah alat yang diletakkan di depan responden, menempel pada komputer/laptop yang digunakan (dapat dilihat pada Gambar III.18) . Alat ini akan merekan pergerakan mata responden pada saat mereka menggunakan website dan mengerjakan daftar tugas yang diberikan. Pergerakan mata ini akan memberikan banyak informasi mengenai pola sebenarnya dari interaksi responded dengan website. Selain itu, rekaman data pergerakan mata responded dapat membantu responden dan peneliti pada saat proses interview yang dilakukan setelah test berlangsung.

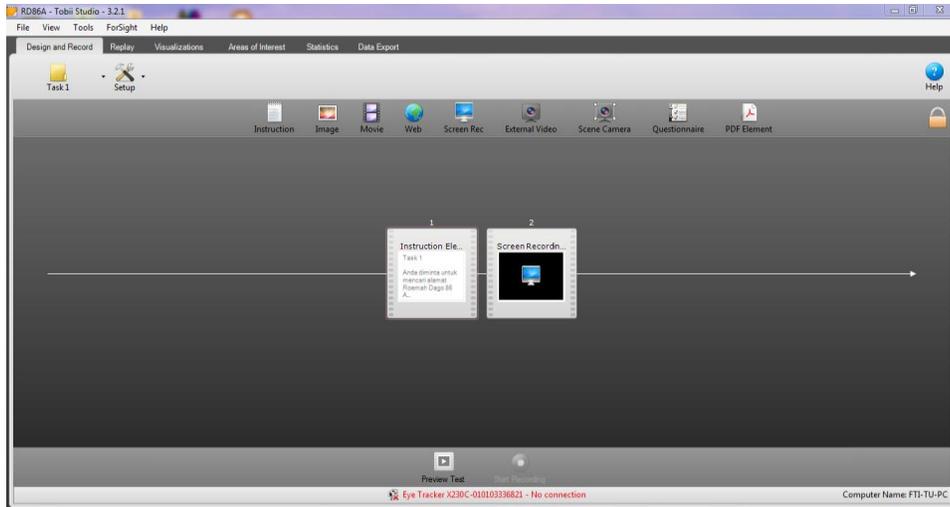
Desain uji kemampupakaian dibuat dengan menggunakan software tobii. Terdapat 4 tugas yang akan dibuat kedalam 4 tahap test. Masing-masing tahapan terdiri dari instruksi dan halaman website yang bersangkutan. Pada tahapan terakhir, akan ditampilkan juga kuesioner untuk mengukur respon dari responden terhadap penggunaan website tersebut. Tampilan menu utama dari Software Tobii dapat dilihat pada Gambar III.19.

Uji kemampupakaian ini dilakukan terhadap 6 responden di ruang kedap suara, Lab. Analisis dan Perancangan Kerja, di Fakultas Teknologi Industri UNPAR. Responden yang dipilih adalah responden dengan karakteristik yang sama dengan karakteristik konsumen kedua hotel tersebut, yaitu :

- a. Berumur 20 – 40 tahun
- b. Memiliki preferensi menginap di hostel atau hotel berbintang 1 dan 2
- c. Biasa melakukan pemesanan secara online



Gambar III.18. Eye tracker X2-30 yang digunakan untuk penelitian  
(Sumber: <http://www.tobii.com/> )



Gambar III.19. Tampilan utama software Tobii

Prosedur pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Dilakukan penjelasan kepada responden mengenai tujuan dan tahapan penelitian. Responden diinformasikan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas kemampupakaian dari website, dan bukan menguji kemampuan responden. Hal ini penting untuk diinformasikan supaya responden dapat berinteraksi dengan website dengan cara senormal mungkin.
- 2) Responden diberikan persona dan skenario dan diminta mengisi kuesional awal yang menanyakan informasi mengenai profil responden
- 3) Responden diposisikan pada tempat pengujian. Responden diminta untuk mencari posisi duduk yang nyaman mungkin dan tidak mengubah posisi selama pengujian berlangsung.
- 4) Kalibrasi mata responden dilakukan diawal pengujian. Jika ditengah-tengah pengujian, responden melakukan perubahan posisi yang signifikan, maka pengujian akan diberhentikan dan dilakukan kalibrasi ulang.
- 5) Pengujian kemampupakaian website dimulai dengan tugas yang pertama dimana responden diminta mencari lokasi hotel. Instruksi yang tertulis pada tampilan layar adalah sebagai berikut:

**Task 1**

Anda berencana untuk pergi ke Yogyakarta dalam rangka tugas dinas. Anda ingin mencari tempat penginapan yang nyaman namun harganya masih terjangkau.

Anda menemukan satu website hotel yang menurut anda menarik. Pertama-tama, Anda ingin mengetahui alamat hotel tersebut.

Jika anda sudah menemukan alamatnya, tekan tombol Space Bar

- 6) Tugas kedua, responden diminta untuk mencari informasi mengenai fasilitas yang tersedia di hotel tersebut. Instruksi yang tertulis pada tampilan layar adalah sebagai berikut:

**Task 2**

Setelah anda merasa cocok dengan lokasi hotel tersebut, anda ingin melihat fasilitas apa saja yang terdapat pada hotel tersebut.

Temukan fasilitas apa saja yang tersedia di hotel tersebut. Jika sudah, tekan tombol Space Bar

- 7) Tugas ketiga, responden yang sudah merasa cocok dengan hotel tersebut, diminta untuk mencari informasi mengenai tipe-tipe kamar yang tersedia, beserta harga kamar tersebut. Instruksi yang tertulis pada tampilan layar adalah sebagai berikut:

**Task 3**

Selanjutnya, anda ingin melihat berapa harga kamar yang tersedia pada hotel tersebut.

Temukan informasi mengenai fasilitas dan harga kamar Single with AC. Jika sudah, tekan tombol Space Bar

- 8) Tugas keempat, responden diminta untuk melakukan pemesanan kamar untuk tipe kamar dan tanggal yang telah ditentukan. Instruksi yang tertulis pada tampilan layar adalah sebagai berikut:

**Task 4**

Anda memutuskan untuk menginap di hotel tersebut.

Lakukanlah pemesanan untuk 1 kamar Single with AC pada tanggal 1 Des 2014.

Jika sudah, tekan Space Bar

- 9) Pengujian ditutup dengan kuesioner akhir yang harus diisi oleh responden. Tampilan kuesioner tersebut dapat dilihat pada Gambar III.20

**Questionnaire Element Setup**

Enter one or more questions below. Questions are an alternative way to set Independent Variables for participants.

Element name

Questions

Question text	Possible answers	Variable		
Jenis kelamin anda?	Perempuan, Laki-laki	Q01_1		
Umur Anda?	20 - 30 T...40 Tahun	Q02_1		
Berapa frekuensi a... 1 tahun terakhir?	Antara 1 -...m 1 tahun	Q03_1		
Menurut anda, bag...n dari website ini?	Sangat b...gat buruk	Q04_1		
Menurut anda, apa...mi dan digunakan?	Sangat m...ngat sulit	Q05_1		

Gambar III.20. Kuesioner Akhir Pengujian

## **BAB IV. ANALISIS & PEMBAHASAN**

Pada Bab ini akan dibahas mengenai analisis penelitian yang terdiri dari analisis hasil pengujian kemampuan website hotel 1 dan hotel 2, analisis perbandingan kedua hotel tersebut, dan juga berbagai analisis mengenai tahapan penelitian.

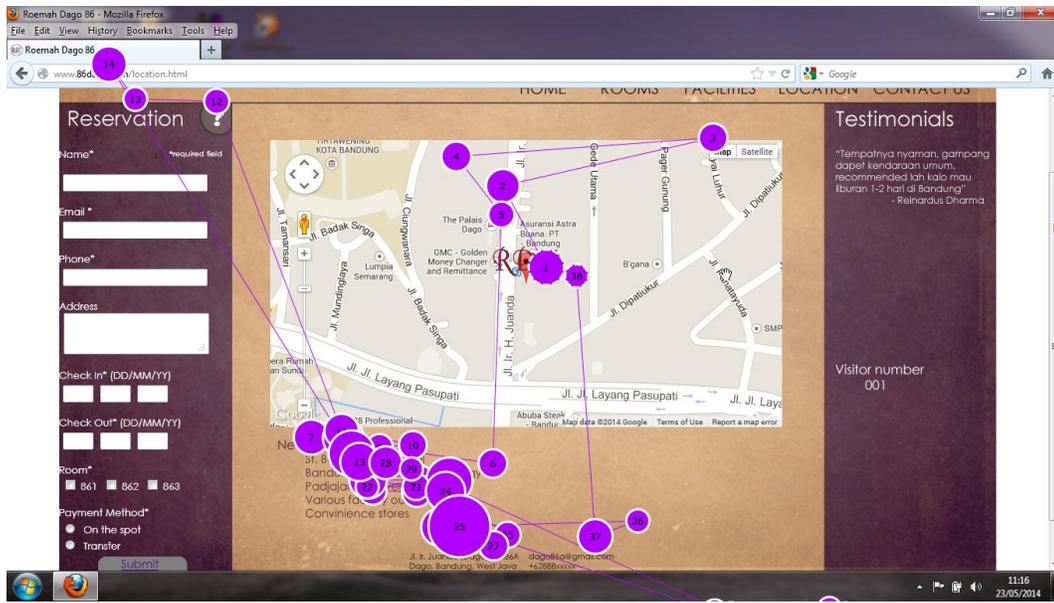
### **IV.1 Analisis Hasil Pengujian Kemampuan Website Hotel Roemah Dago**

Uji Kemampuan dengan menggunakan eyetracker dapat menghasilkan data kuantitatif dan juga data kualitatif. Karena jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini tidak banyak, maka hanya akan menggunakan data kualitatif nya saja, yaitu data gaze replay dan hasil wawancara (RTA).

#### **IV.1.1 Gaze Replay Responden 1**

Pada pengerjaan task 1, yaitu mencari informasi alamat Roemah Dago 86, responden 1 mencari tab yang dapat menunjukkan informasi alamat pada halaman Home. Responden 1 melihat deretan tab dan memilih Location. Di halaman Location, responden 1 mencari alamat pada bagian Google Map, karena tidak menemukan alamat, responden 1 melihat informasi selanjutnya, yaitu Nearby Places. Karena mengalami kebingungan, responden 1 menyebutkan Nearby Places sebagai informasi alamat, namun ketika responden 1 membaca hingga ke bagian bawah halaman, responden 1 menyadari bahwa ada informasi alamat pada bagian bawah halaman. Setelah itu, responden 1 meralat jawabannya dan memberikan informasi alamat yang benar. Pola penglihatan responden 1 pada halaman Location dapat dilihat pada Gambar IV.1.

Di task kedua, responden 1 memilih tab Facilities terlebih dahulu. Setelah halaman Facilities terbuka, responden 1 menyadari bahwa ia memilih halaman yang salah. Gambar IV.2 menunjukkan pola penglihatan responden 1 pada halaman Facilities. Responden hanya melihat beberapa informasi secara sekilas dan langsung menyadari kesalahannya. Kemudian responden 1 menuju ke halaman Rooms dan langsung dapat menemukan informasi yang dicari. Kesalahan responden terjadi karena kemiripan kata antara halaman Facilities dengan deskripsi task 3 yang meminta informasi fasilitas kamar 863.

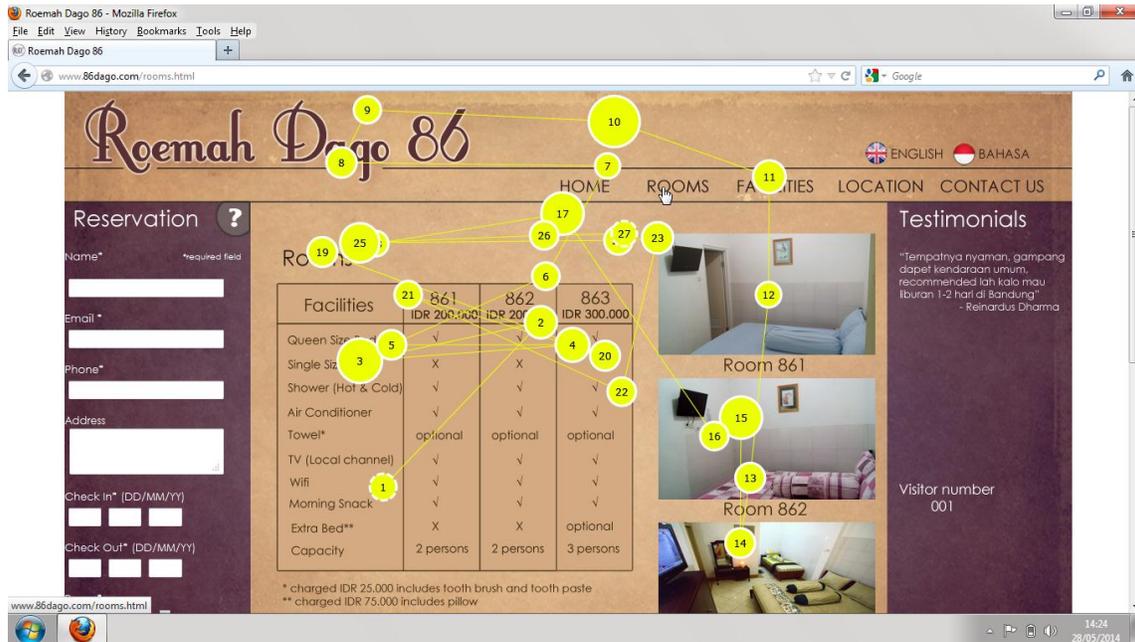


Gambar IV.1 Gaze Plot Responden 1 Pada Pengerjaan Task 1

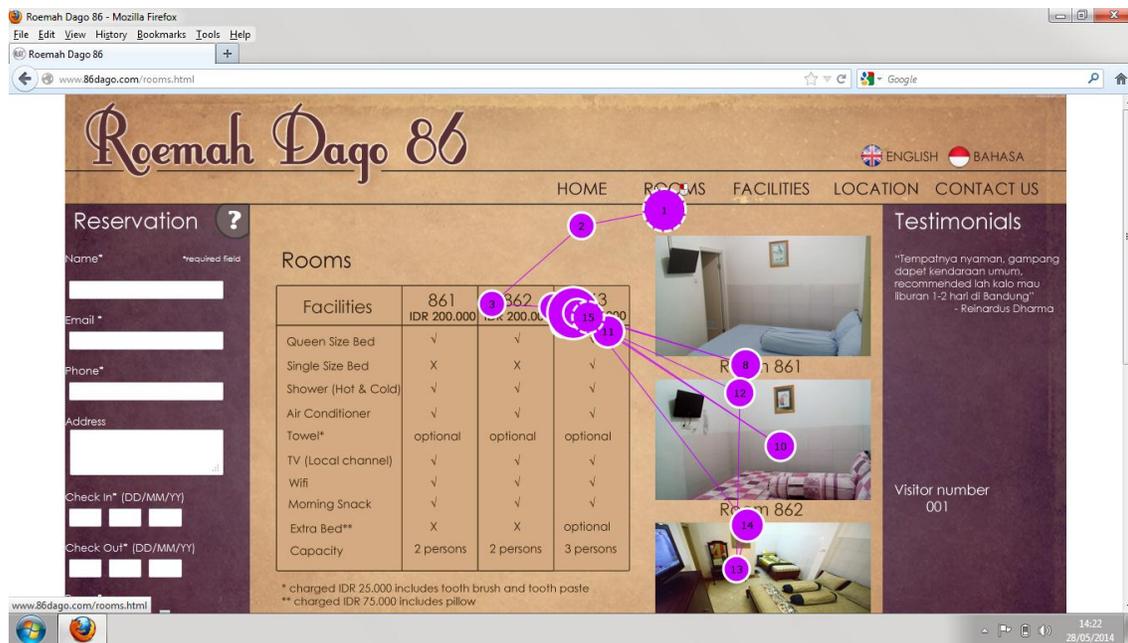
Responden 1 mampu menyelesaikan task 3 dengan benar. Dari halaman Facilities, responden 1 langsung memilih tab Rooms. Ketika melihat informasi yang disajikan, responden 1 dapat langsung mengenali informasi harga kamar 863 walau pun belum terbiasa dengan tampilan halaman Rooms. Menurut responden 1, ia tidak terbiasa melihat informasi harga dan fasilitas kamar dalam format tabel sehingga butuh waktu untuk mempelajari halaman Rooms. Namun, menurut responden 1, informasi yang ditampilkan singkat dan jelas sehingga mudah dimengerti. Gambar IV.3 menunjukkan pola penglihatan responden 1 pada halaman Rooms. Pandangan responden beralih dari navigation bar ke tabel fasilitas kamar. Responden langsung menyadari letak informasi harga kamar, namun masih melihat-lihat foto kamar terlebih dahulu sebelum akhirnya kembali fokus pada informasi harga kamar.

Pengerjaan task 4 oleh responden 1 tidak mengalami masalah yang berarti. Responden 1 sudah cukup familiar dengan website Roemah Dago setelah mengerjakan tiga task sebelumnya, sehingga ketika halaman Home terbuka, responden 1 mencari pilihan reservasi pada navigation bar. Ketika tidak menemukannya, responden 1 langsung melihat left side bar, tempat form reservasi. Responden 1 mempelajari terlebih dahulu informasi apa saja yang diminta, sehingga penglihatan responden 1 bergerak dari bagian atas ke bagian bawah left side bar.

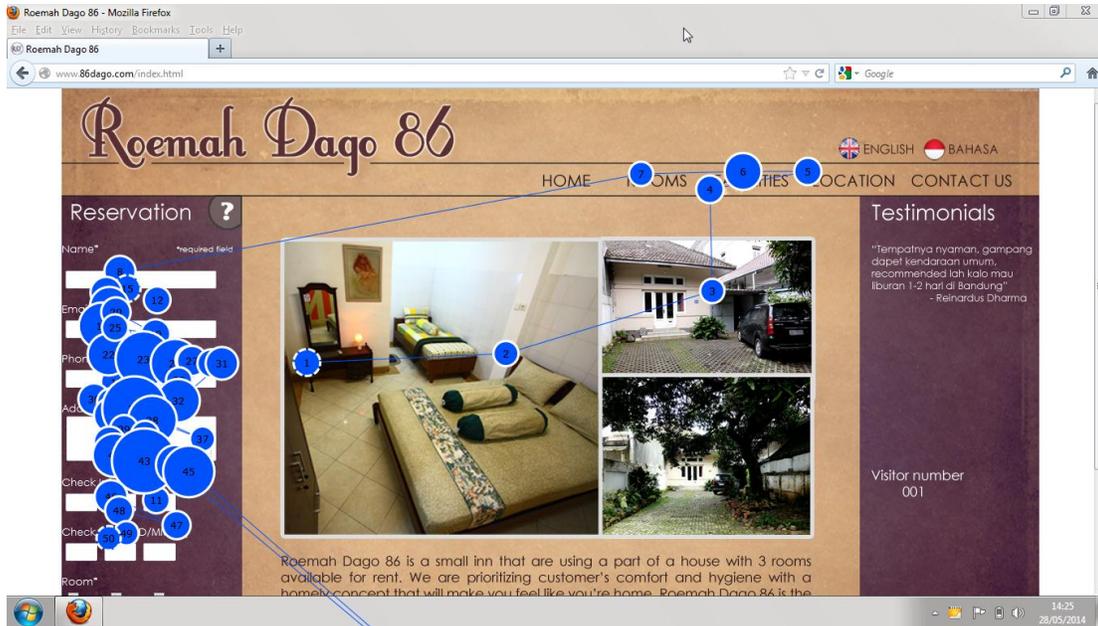
Responden 1 berhasil mengisi seluruh data yang diminta dengan benar. Pada proses pengisiannya, kesalahan terjadi ketika pengisian tahun pada check-in date. Responden 1 mengetik '2014' pada kolom yang hanya dapat diisi oleh 2 karakter. Responden 1 tidak menyadari bahwa terdapat keterangan format penulisan tanggal (DD/MM/YY) pada bagian check-in date. Gambar IV.4 menampilkan pola penglihatan responden 1 saat pengerjaan task 4.



Gambar IV.2 Gaze Plot Responden 1 Pada Pengerjaan Task 2



Gambar IV.3 Gaze Plot Responden 1 Pada Pengerjaan Task 3

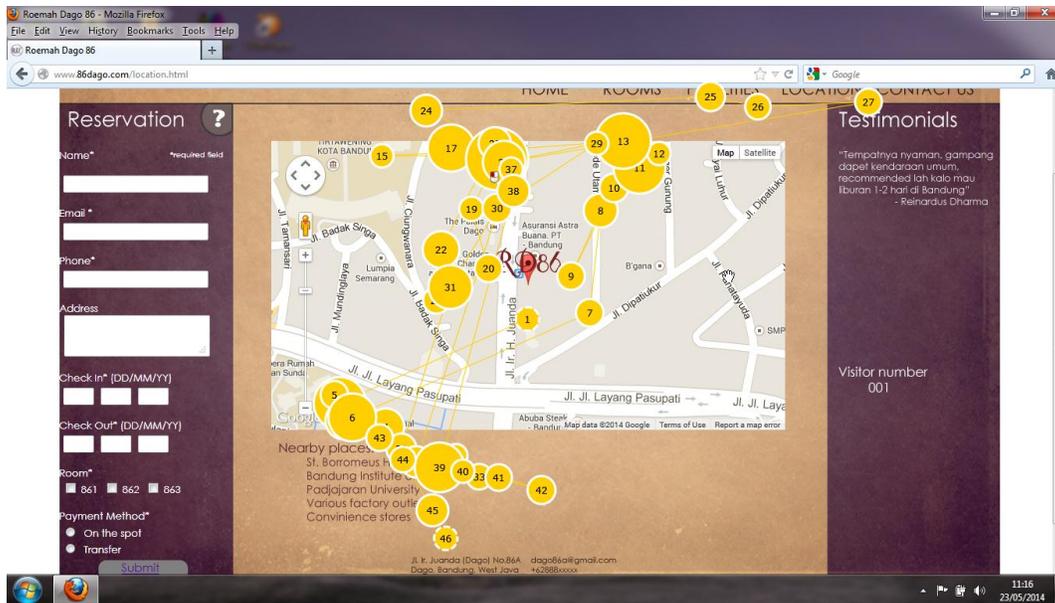


Gambar IV.4 Gaze Plot Responden 1 Pada Pengerjaan Task 4

#### IV.1.2 Gaze Replay Responden 2

Responden 2 mengalami kesulitan yang sama dengan responden 1 pada pengerjaan task 1. Pada halaman Home, responden 2 melihat ke bagian navigation bar dan menemukan tab Location. Setelah masuk ke halaman Location, responden 2 melihat pin penanda letak Roemah Dago 86 pada Google Map. Responden 2 berusaha mencari informasi alamat pada Google Map tersebut dengan melakukan zoom-in berkali-kali. Karena masih belum menemukan alamatnya, responden 2 mengalihkan pandangannya pada informasi Nearby Places. Setelah beberapa kali bergantian melihat Google Map dan Nearby Places, responden 2 menyadari adanya informasi alamat pada bagian bawah halaman. Menurut responden 2, ukuran informasi alamat yang ditampilkan terlalu kecil sehingga kurang menarik perhatian.

Gambar IV.5 menampilkan pola penglihatan responden 2 saat sedang mencari informasi alamat. Responden 2 sangat terfokus pada bagian Google Map. Responden 2 mencari di beberapa bagian Map, sehingga bulatan yang muncul cukup banyak dan menyebar. Kemudian terlihat responden 2 mengalihkan pandangannya ke bagian Nearby Places dan dengan fokus melihat satu per satu informasi yang ditampilkan hingga akhirnya melihat ke bagian bawah halaman.

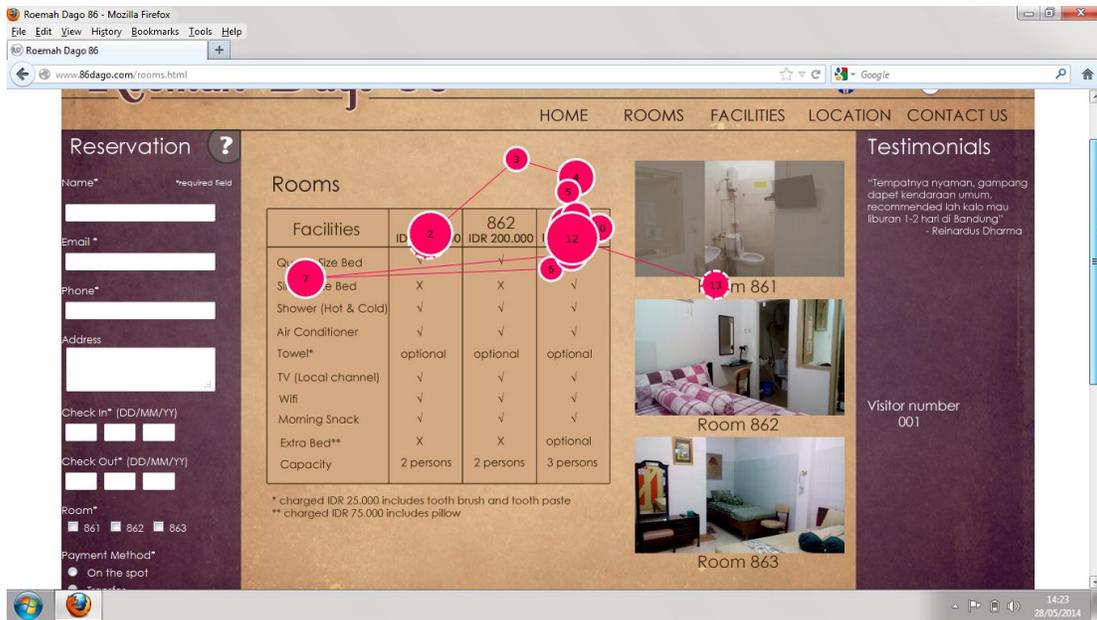


Gambar IV.5 Gaze Plot Responden 2 Pada Pengerjaan Task 1

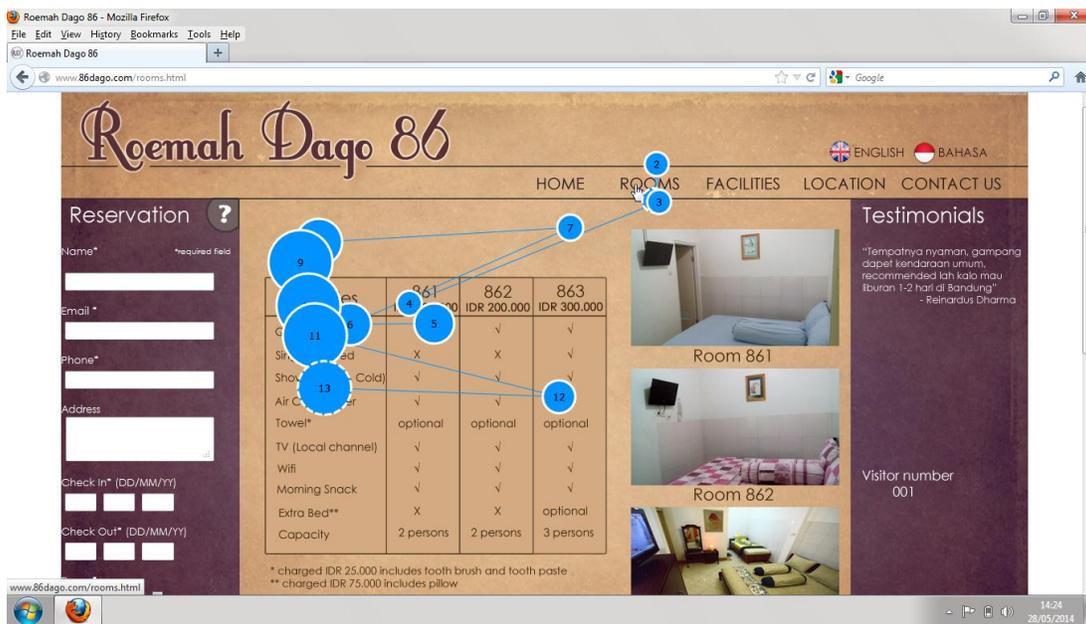
Pada pengerjaan task 2 dan task 3, responden 2 tidak melakukan kesalahan apa pun. Responden terlihat sudah familiar dengan website dan dapat mengerjakan tugas yang diminta dengan mudah. Gaze plot responden 2 untuk task 2 dan 3 dapat dilihat pada Gambar IV.6. dan Gambar IV.7

Pada pengerjaan task 4, responden 2 telah menyadari letak form reservasi pada bagian left side bar, sehingga responden 2 tidak berpindah halaman dari halaman Home. Namun, responden 2 tidak menyelesaikan task 4 dengan sempurna. Kesalahan terjadi pada pemilihan metode pembayaran. Responden 2 memilih Transfer, berbeda dengan permintaan task. Hal ini merupakan kesalahan responden mengingat task yang diberikan.

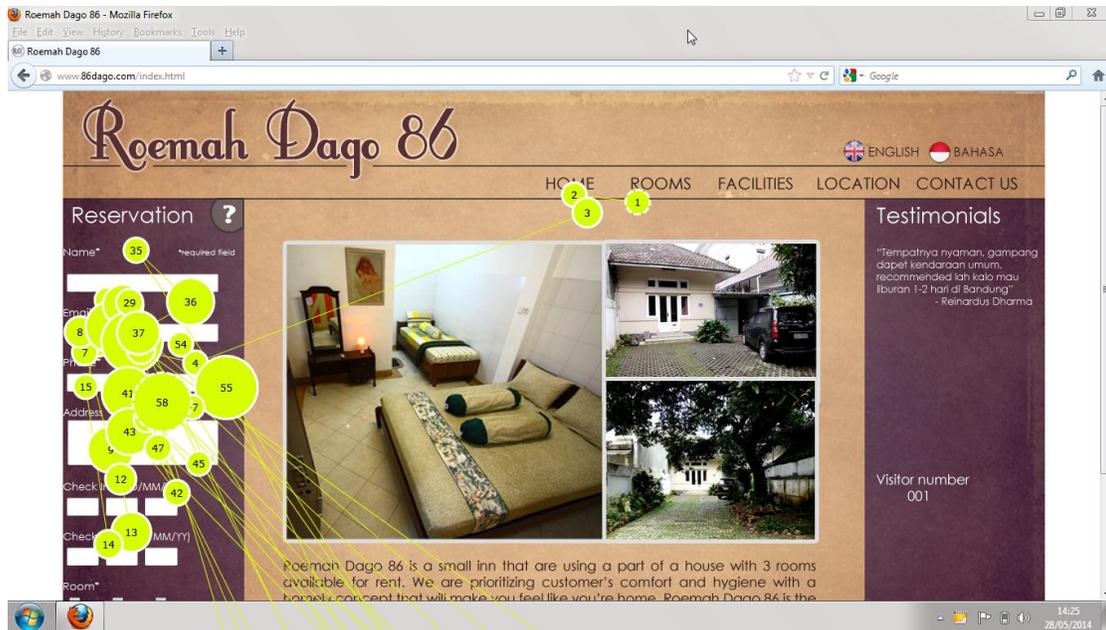
Selain itu, sama seperti responden 1, responden 2 mengetikkan '2014' pada kolom tahun check-in date. Responden 2 tidak menyadari keterangan format yang telah disediakan, walaupun sebelumnya telah melihat form reservasi secara keseluruhan. Pola penglihatan responden 2 pada pengerjaan task 4 dapat dilihat pada Gambar IV.8. Pada gambar IV.8 banyak terdapat garis yang menuju ke bagian bawah layar, namun tidak terdapat bulatan fiksasi pada ujungnya. Hal ini dikarenakan pandangan responden tidak tertangkap oleh eyetracker saat sedang mengetik.



Gambar IV.6 Gaze Plot Responden 2 Pada Pengerjaan Task 2



Gambar IV.7 Gaze Plot Responden 2 Pada Pengerjaan Task 3



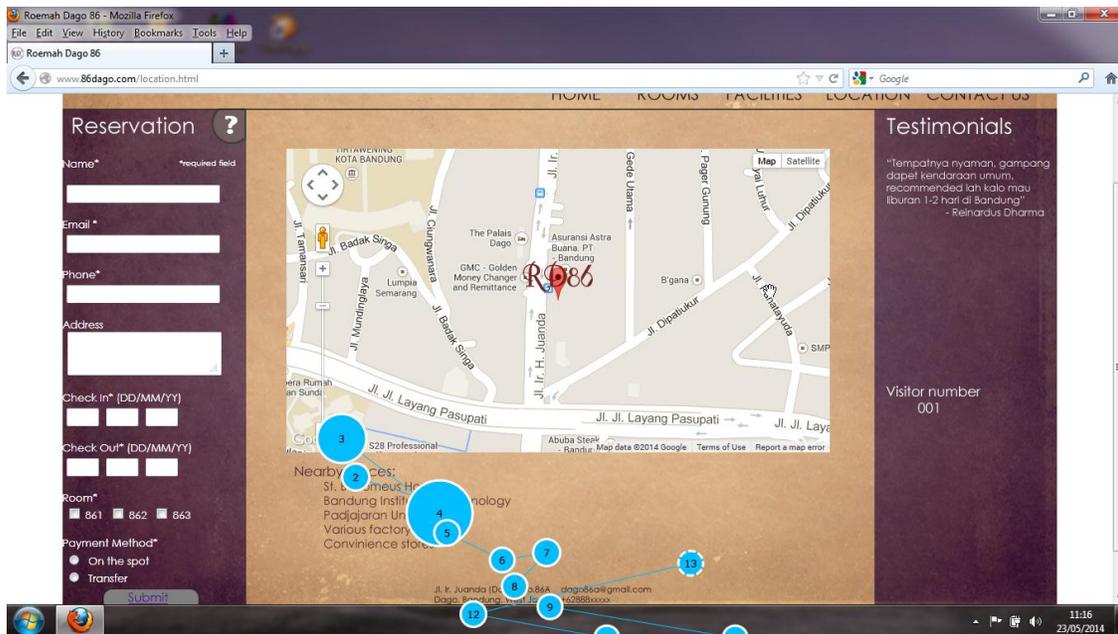
Gambar IV.8 Gaze Plot Responden 2 Pada Pengerjaan Task 4

### IV.1.3 Gaze Replay Responden 3

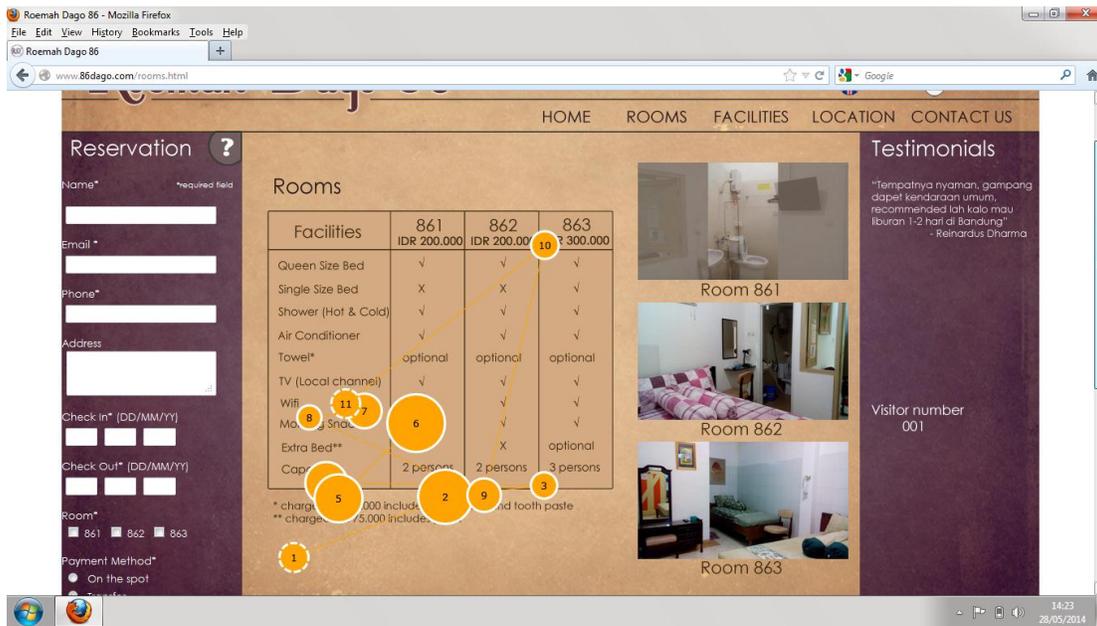
Task 1 dan task 2 dapat diselesaikan oleh responden 3 dengan benar dan cukup cepat. Di halaman Home, responden 3 melihat navigation bar dan memilih tab Location. Di tab Location, responden 3 berusaha mencari alamat pada Google Map. Responden 3 tidak mencari dengan seksama, namun hanya melihat sekilas pada beberapa titik di Google Map. Responden 3 kemudian mencari ke bagian Nearby Places dan menemukan informasi alamat pada bagian bawah halaman. Pola penglihatan responden 3 dapat dilihat pada Gambar IV.9.

Pada task 2, responden 3 langsung menuju ke halaman Rooms dari halaman Home. Responden 3 dengan cepat mempelajari dan membaca sekilas informasi fasilitas kamar yang ditampilkan dari atas ke bawah. Responden 3 menyadari letak informasi harga kamar segera setelah mempelajari tabel informasi kamar. Berikut adalah pola penglihatan responden 3 pada pengerjaan task 2. Menurut responden 3, format tabel yang digunakan memudahkan responden untuk memahami informasi yang ingin disampaikan, namun karena belum terbiasa, responden 3 membutuhkan waktu untuk mempelajarinya terlebih dahulu. Gambar IV.10 menampilkan pola penglihatan responden 3 pada pengerjaan task 2.

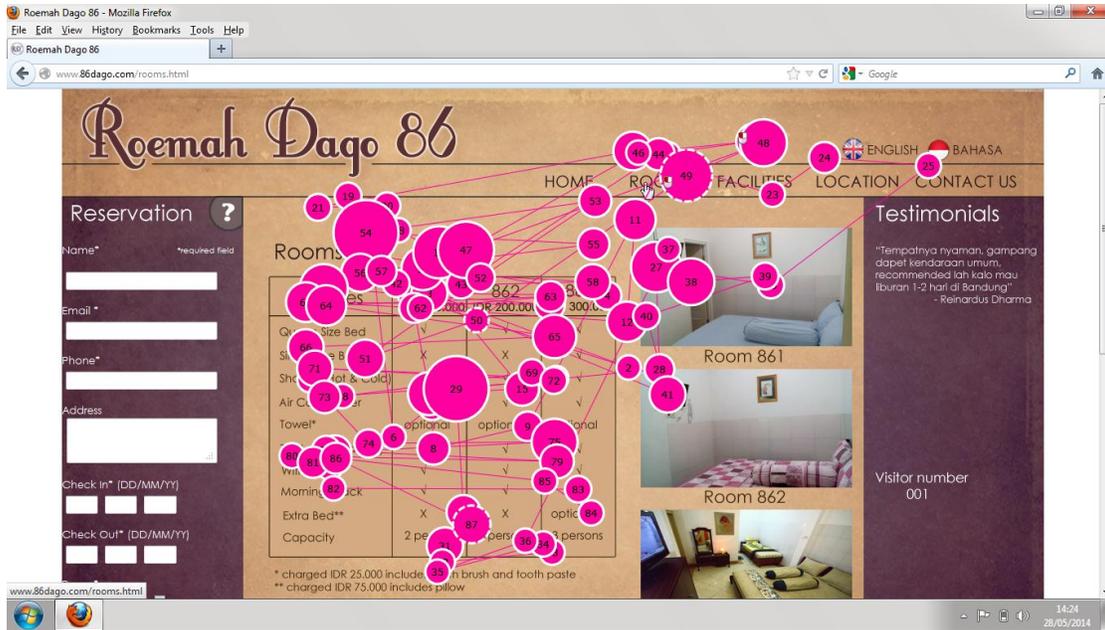
Responden 3 melakukan kesalahan pada pengerjaan task 3, yaitu masuk ke halaman Facilities. Alasan kesalahan sama seperti responden 1, yaitu karena kemiripan istilah yang digunakan antara nama halaman dan deskripsi task yang diberikan. Di halaman Facilities, responden 3 membaca satu per satu informasi yang ditampilkan, ketika responden 3 menyadari tulisan 'General Facilities, responden 3 menyadari kesalahannya dan beralih ke halaman Rooms. Gambar IV.11 menampilkan pola penglihatan responden 3 pada pengerjaan task 3.



Gambar IV.9 Gaze Plot Responden 3 Pada Pengerjaan Task 1



Gambar IV.10 Gaze Plot Responden 3 Pada Pengerjaan Task 2

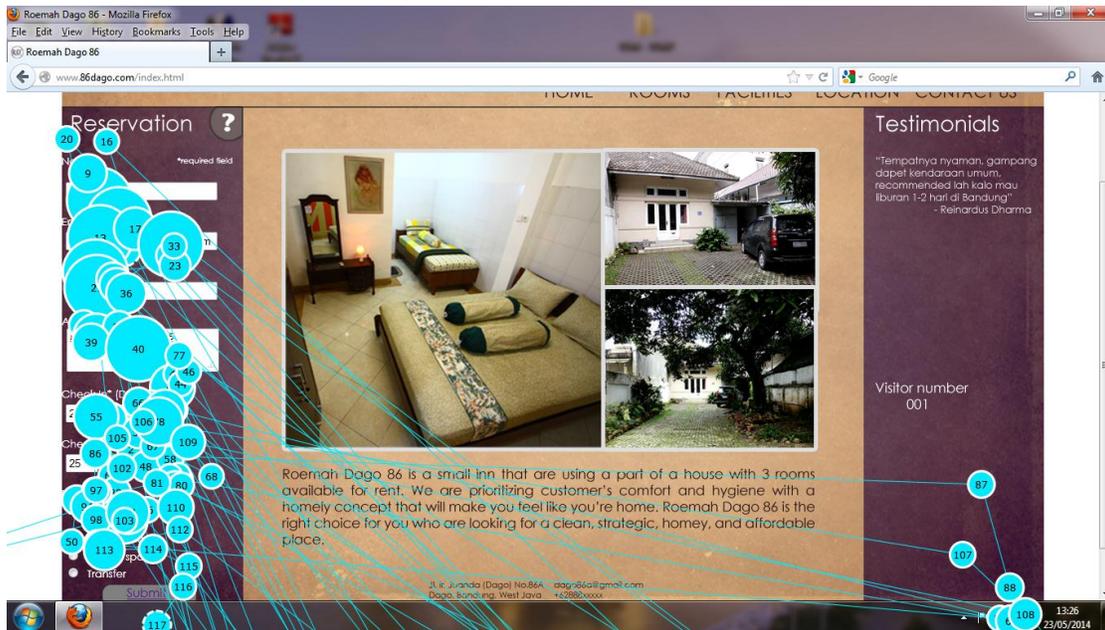


Gambar IV.11 Gaze Plot Responden 3 Pada Pengerjaan Task 3

Pada pengerjaan task 4, responden 3 mencari pilihan reservasi di navigation bar. Karena tidak menemukan pilihan reservasi, responden 3 langsung menuju ke left side bar. Responden 3 mempelajari form reservasi secara singkat, kemudian mengisinya. Selama proses pengisian, responden 3 tidak mengalami kesulitan apa pun kecuali pengisian check-in date. Responden 3 tidak menyadari informasi format pengetikan tanggal yang telah diberikan dan mengetikkan '2014' pada kolom tahun. Setelah menyadari kesalahannya, responden 3 mengganti isi kolom tahun menjadi '14'. Gambar IV.12 menampilkan pola penglihatan responden 3 pada pengerjaan task 4.

#### IV.1.4 Gaze Replay Responden 4

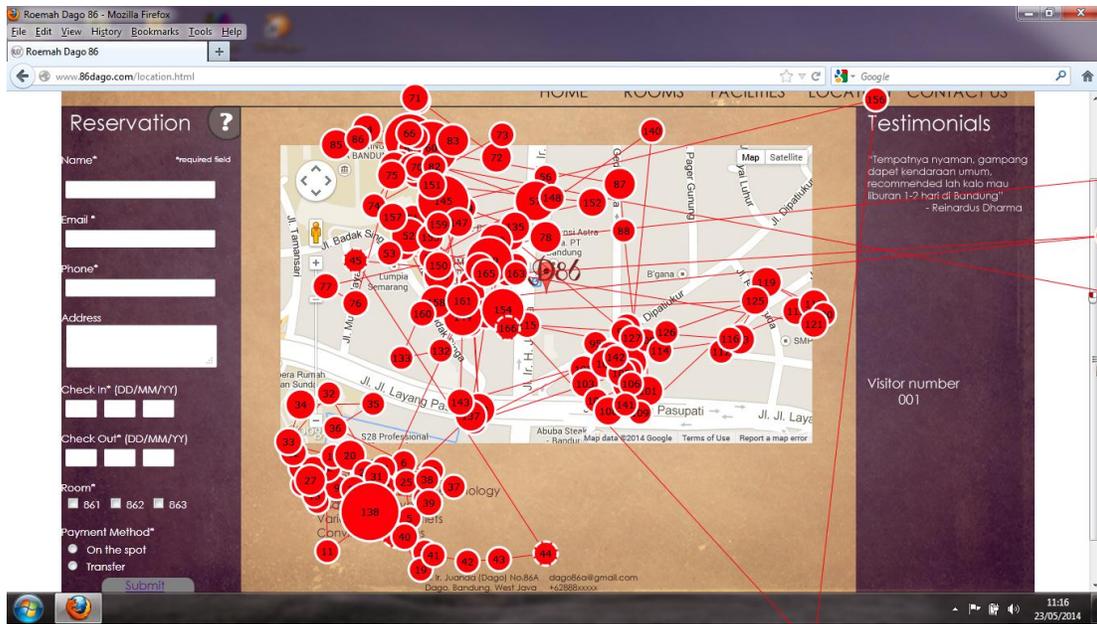
Responden 4 terlihat mengalami kesulitan selama proses pengerjaan task yang diberikan. Pada task pertama, di halaman Home responden 4 mencari-cari informasi alamat dan melihat sekilas ke seluruh bagian halaman. Responden 4 kebingungan selama beberapa saat, kemudian menyadari adanya informasi alamat pada bagian bawah halaman. Namun, responden 4 kurang memahami task yang diberikan sehingga responden 4 melanjutkan ke halaman Location. Di halaman Location, responden 4 berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai alamat Roemah Dago 86 di Google Map. Responden 4 kebingungan lagi selama beberapa saat hingga akhirnya memberikan jawaban yang salah. Gambar IV.13 menampilkan pola penglihatan responden 4 pada pengerjaan task 1.



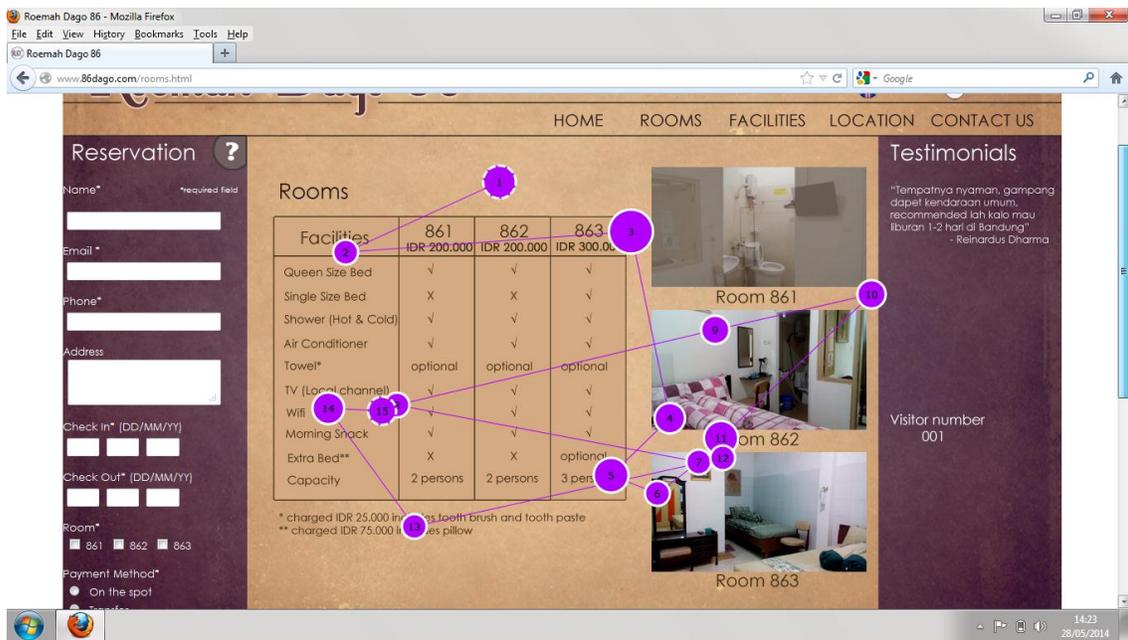
Gambar IV.12 Gaze Plot Responden 3 Pada Pengerjaan Task 4

Responden 4 juga terlihat mengalami kesulitan pada pengerjaan task 2. Di halaman Home, responden 4 mencari-cari informasi kamar dan mencoba meng-klik pilihan kamar 863 pada form reservasi. Ketika tidak ada apa pun yang terjadi, responden memilih Rooms dari navigation bar. Di halaman Rooms, responden 4 juga membutuhkan waktu yang lama untuk menemukan informasi harga kamar 863. Responden 4 mencari ke seluruh bagian halaman dan mencoba meng-klik foto kamar 863. Karena tidak terjadi apa-apa, responden terus mencari hingga akhirnya menyadari letak informasi harga pada tabel fasilitas kamar. Menurut responden 4, karena tidak ada petunjuk informasi harga kamar, responden mengalami kesulitan menemukannya. Gambar IV.14 menampilkan pola penglihatan responden 4 pada pengerjaan task 2.

Responden 4 melakukan kesalahan yang sama seperti responden sebelumnya pada pengerjaan task 3. Responden 4 masuk ke halaman Facilities terlebih dahulu sebelum menyadari bahwa di halaman Facilities yang ditampilkan adalah informasi fasilitas umum. Responden 4 kemudian beralih ke halaman Rooms. Di halaman Rooms, responden 4 mempelajari tabel fasilitas dan dapat memberikan jawaban yang benar untuk task 3. Gambar IV.15 menampilkan pola penglihatan responden 4 pada pengerjaan task 3.



Gambar IV.13 Pola Penglihatan Responden 4 Pada Pengerjaan Task 1



Gambar IV.14 Pola Penglihatan Responden 4 Pada Pengerjaan Task 2

Pada pengerjaan task 4, responden 4 berusaha mencari informasi lebih jauh mengenai reservasi dengan masuk ke halaman Contact Us. Di halaman Contact Us, responden 4 tidak mendapatkan informasi tambahan yang dibutuhkan sehingga responden beralih ke left side bar. Selama pengisian form reservasi, responden 4 mengalami dua kali kesalahan. Pertama, responden 4 menuliskan 'mei' pada kolom bulan dan '2014' pada kolom tahun saat mengisi check-in date. Responden 4 menyadari kesalahannya dan mengganti isi kolom bulan menjadi '05' dan kolom tahun menjadi '14'. Pola penglihatan responden 4 pada task 4 dapat dilihat pada Gambar IV.16.

#### **IV.1.5 Gaze Replay Responden 5**

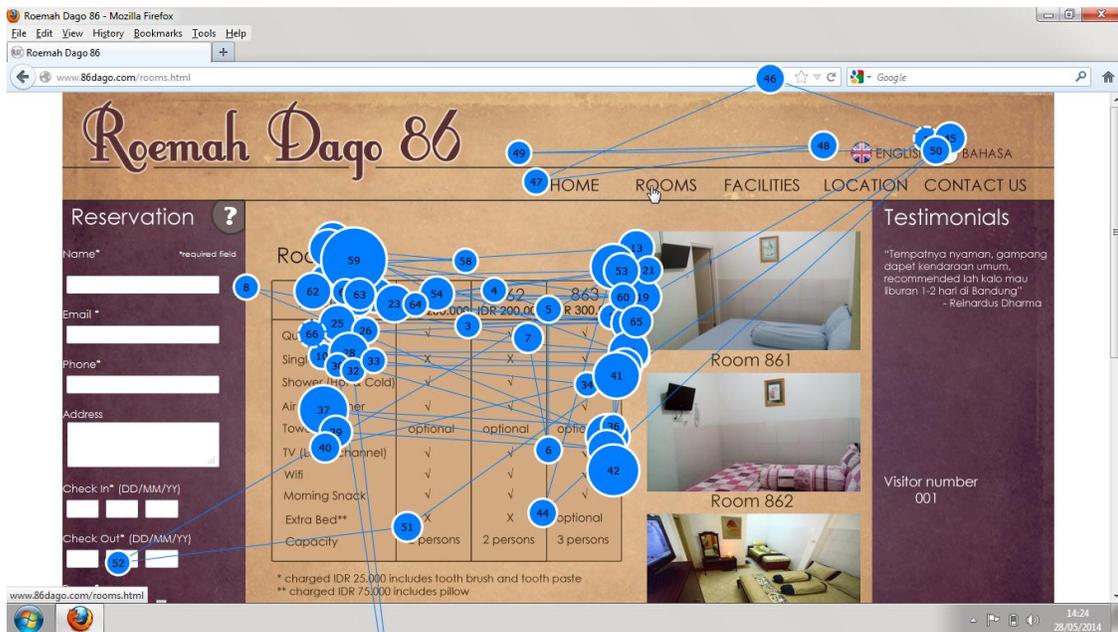
Sama halnya dengan responden 4, responden 5 terlihat mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Responden 5 tidak menyelesaikan task 1 dengan sempurna. Di halaman Home, responden 5 mempelajari navigation bar dan menuju ke halaman Location. Responden 5 fokus pada lokasi tersebut dan mempelajari kondisi sekitar lokasi tersebut. Responden 5 memberikan jawaban yang salah, yaitu posisi Roemah Dago 86 bukan alamat jelasnya.

Menurut responden 5, Google Map yang ditampilkan sangat membantu karena walau pun tidak menemukan informasi alamat Roemah Dago 86, responden dapat segera memahami cara menuju ke Roemah Dago 86. Gambar IV.17 menampilkan pola penglihatan responden 5 pada pengerjaan task 1

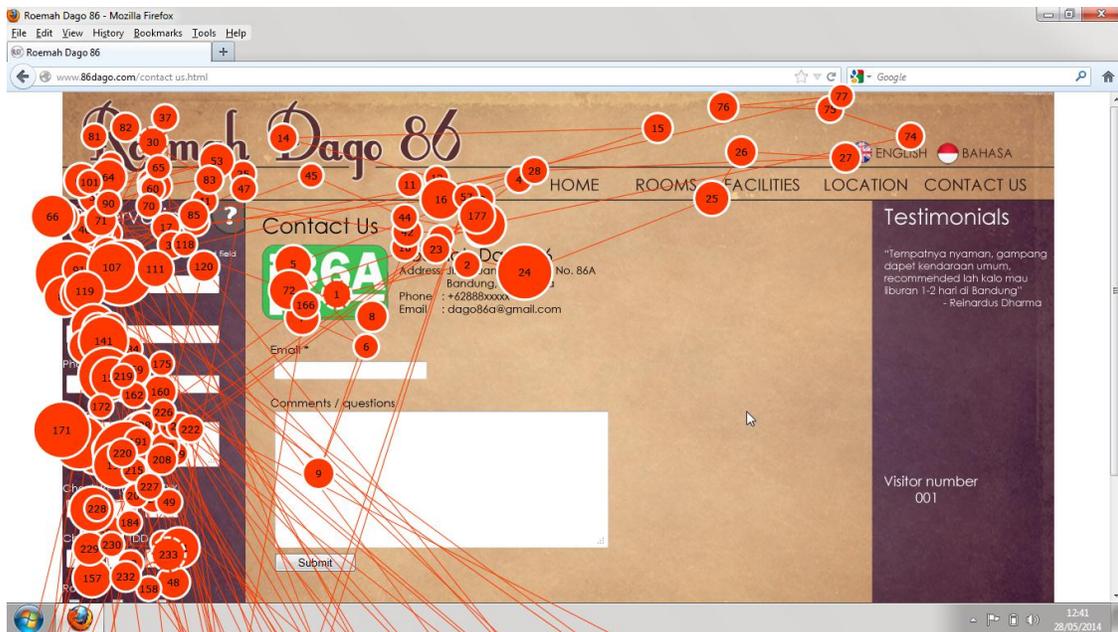
Responden 5 juga tidak dapat menyelesaikan task 2 dengan sempurna. Hal ini disebabkan pemahaman responden yang kurang terhadap task yang diberikan. Responden 5 masuk ke halaman Rooms dan mempelajari tabel informasi fasilitas kamar. Responden membandingkan fasilitas dan harga setiap kamar hingga akhirnya memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan task. Gambar IV.18 menampilkan pola penglihatan responden 5 pada halaman Rooms

Masih mengalami kesulitan dalam memahami task yang diberikan, responden 5 menyelesaikan task 3 dengan waktu yang cukup lama. Pertama-tama, responden menuju ke halaman Facilities. Setelah membaca secara singkat, responden 5 menyadari kesalahannya dan menuju ke halaman Rooms. Di halaman Rooms, responden 5 mempelajari informasi fasilitas kamar yang ditampilkan. Responden berulang kali membaca informasi fasilitas kamar kemudian melihat ke seluruh bagian halaman.

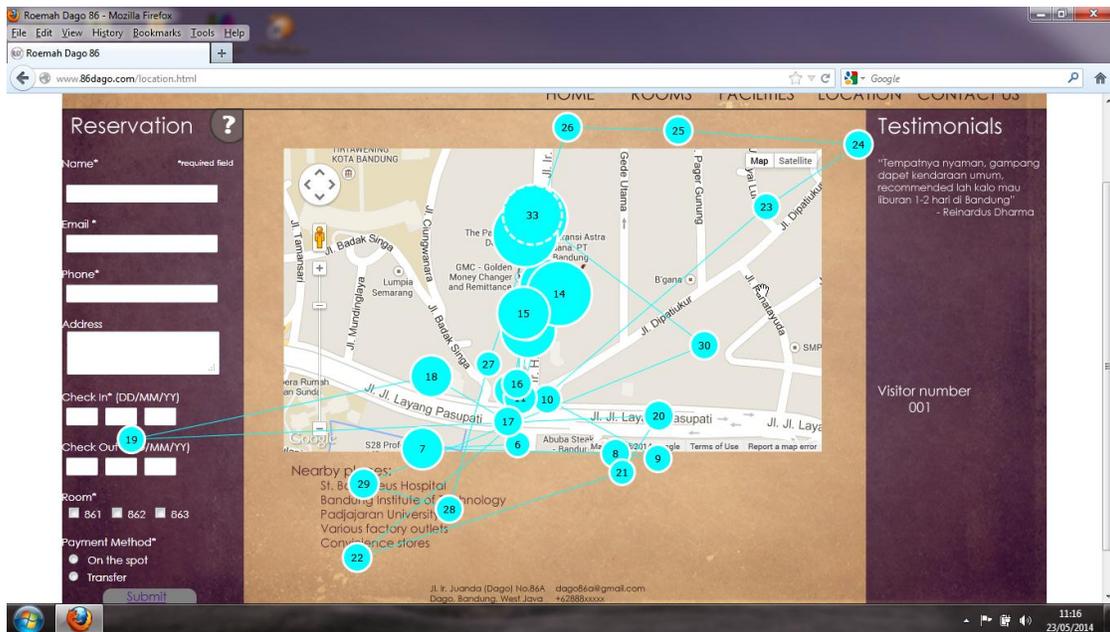
Kebingungan responden 5 membuatnya menuju ke halaman Facilities sekali lagi. Responden 5 sebenarnya telah menyadari bahwa informasi yang dicari berada di halaman Rooms, sehingga responden 5 kembali lagi ke halaman Rooms. Kemudian responden 5 menyebutkan kelebihan fasilitas yang dimiliki kamar 863 sebagai jawabannya. Menurut responden 5, tampilan tabel memang membantu untuk lebih memahami perbedaan fasilitas tiap kamar, namun karena tidak ada perbedaan signifikan antara fasilitas kamar yang satu dengan kamar yang lain, responden 5 mengalami kebingungan dalam menjawab task 3. Pola penglihatan responden 5 dapat dilihat pada Gambar IV.19.



Gambar IV.15 Pola Penglihatan Responden 4 Pada Pengerjaan Task 3



Gambar IV.16 Pola Penglihatan Responden 4 Pada Pengerjaan Task 4



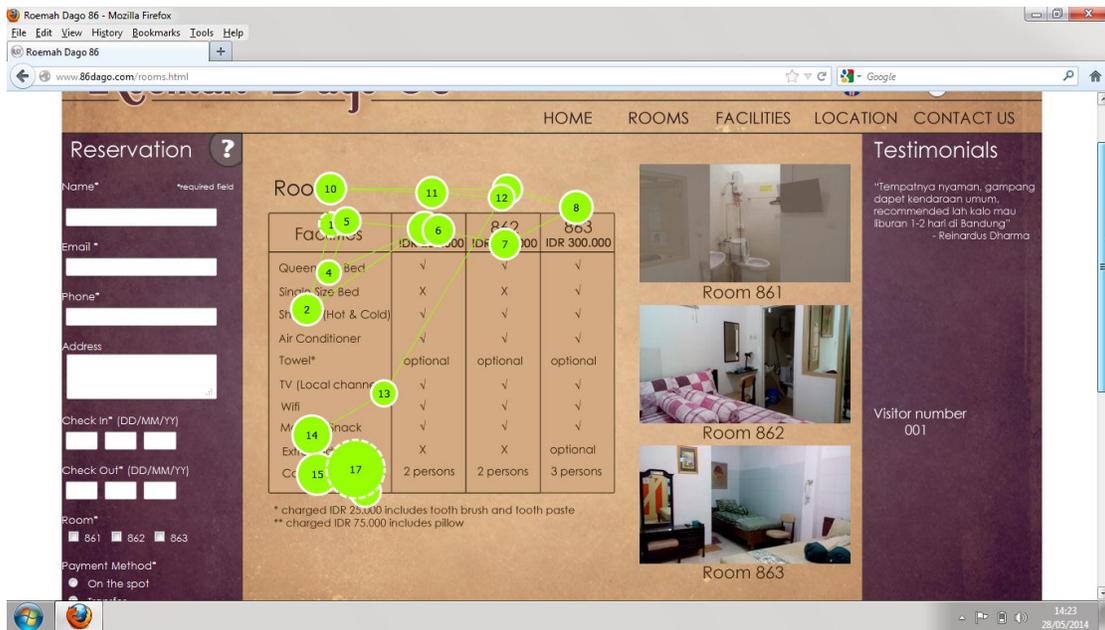
Gambar IV.17 Pola Penglihatan Responden 5 Pada Pengerjaan Task 1

Pengerjaan task 4 oleh responden 5 cukup lancar. Responden sudah mengenali tampilan website Roemah Dago 86 sehingga langsung fokus pada left side bar pada halaman Home. Pertama-tama, responden 5 mempelajari terlebih dahulu data apa saja yang perlu diisi pada form reservasi baru kemudian mengisinya. Selama pengisian form reservasi, kesalahan yang dilakukan responden 5 adalah mengetikkan '2014' pada kolom tahun check-in date. Setelah menyadari kesalahannya, responden mengganti isi kolom tersebut dengan '14'. Pola penglihatan responden 5 pada task 4 dapat dilihat pada Gambar IV.20.

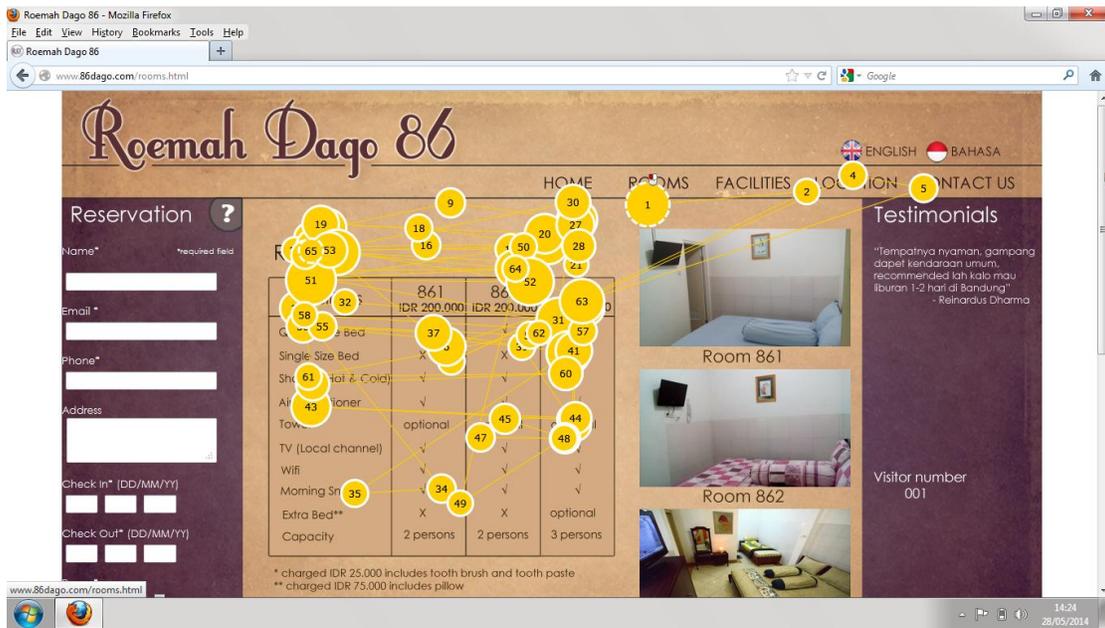
#### IV.1.6 Gaze Replay Responden 6

Responden 6 menyelesaikan task 1 dengan waktu yang cukup singkat. Setelah mencari informasi pada halaman Home secara sekilas, responden 6 menuju ke halaman Location. Di halaman Location, responden 6 sempat mencari informasi pada bagian Google Map. Responden 6 kemudian mencari ke bagian bawah halaman dan menemukan informasi alamat Roemah Dago 86. Pola penglihatan responden 6 pada task 1 dapat dilihat pada Gambar IV.21.

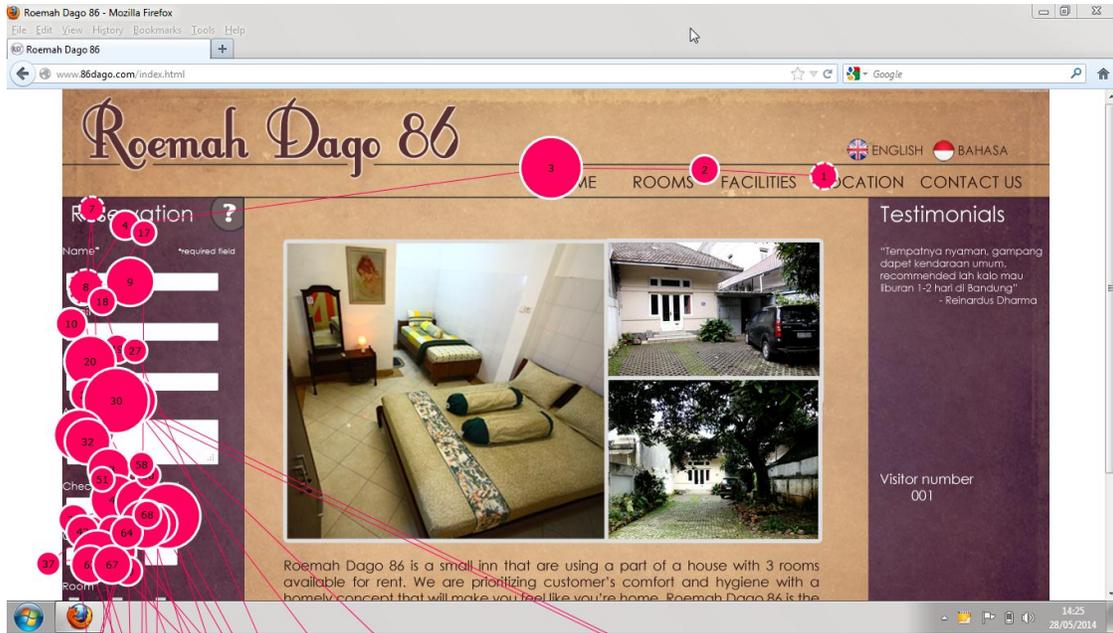
Pada pengerjaan task 2, responden 6 berusaha mencari informasi pada halaman Home. Responden 6 melihat sampai ke bagian bawah halaman, namun karena tidak menemukan informasi yang dicari, responden beralih ke navigation bar. Responden menuju ke halaman Rooms. Di halaman Rooms, responden 6 mempelajari tabel informasi fasilitas kamar dan berhasil menemukan informasi harga kamar 863. Gambar IV.22 menampilkan pola penglihatan responden 6 saat mengerjakan task 2.



Gambar IV.18 Pola Penglihatan Responden 5 Pada Pengerjaan Task 2



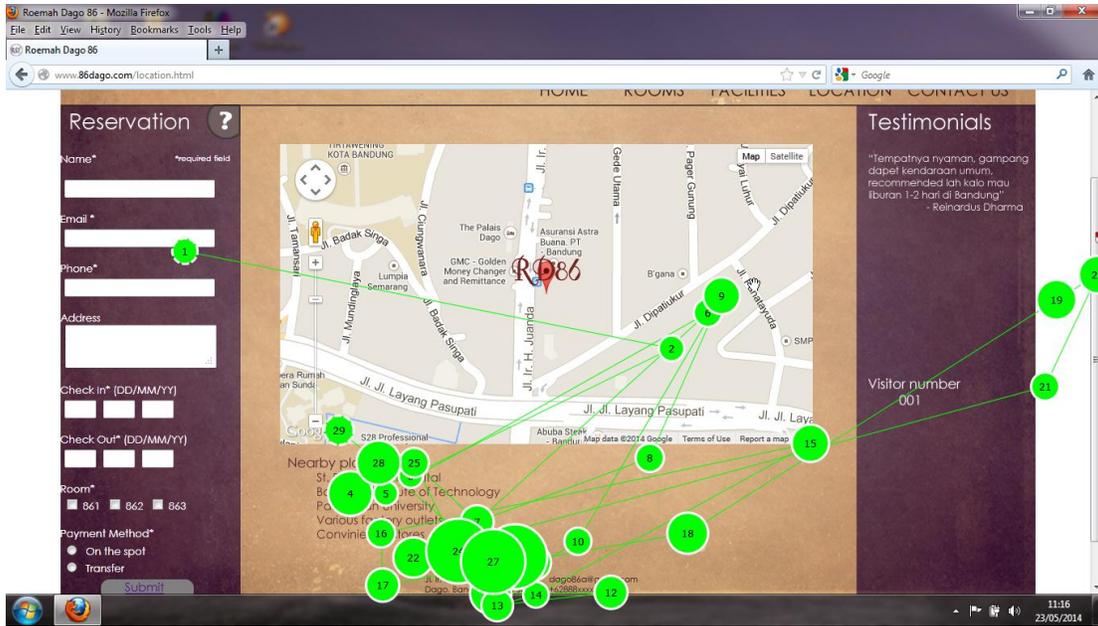
Gambar IV.19 Pola Penglihatan Responden 5 Pada Pengerjaan Task 3



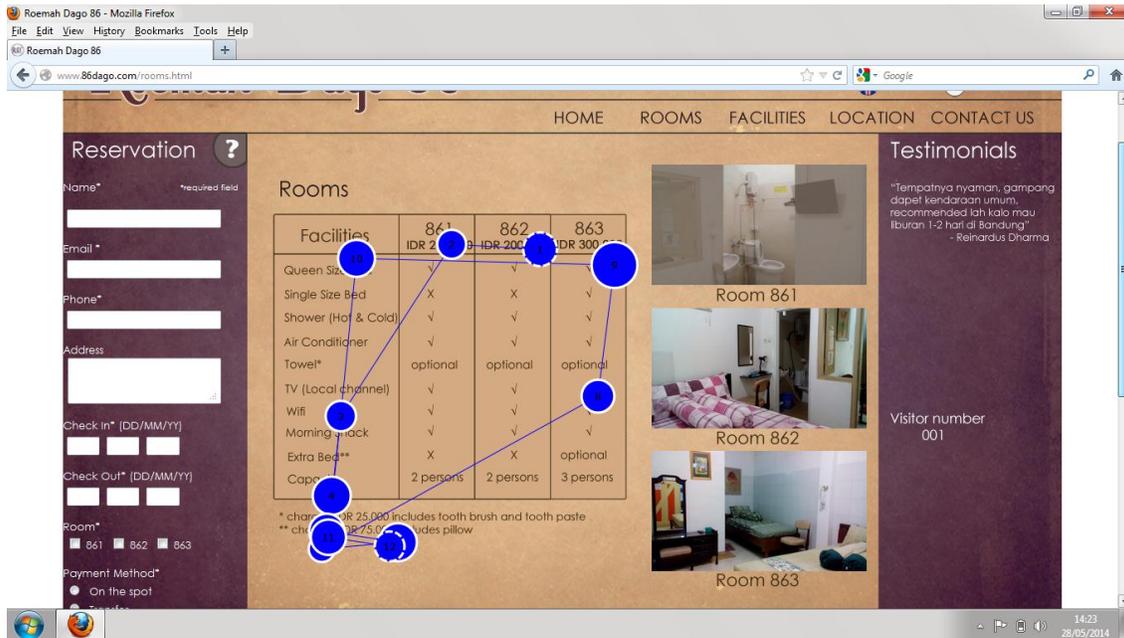
Gambar IV.20 Pola Penglihatan Responden 5 Pada Pengerjaan Task 4

Pada pengerjaan task 3, sama seperti responden yang lainnya, responden 6 menuju ke halaman Facilities terlebih dahulu. Di halaman Facilities, responden 6 membaca deskripsi fasilitas yang ditawarkan secara sekilas dan menyadari kesalahannya. Responden 6 kemudian menuju ke halaman Rooms. Di halaman Rooms, responden 6 langsung melihat tabel informasi harga dan fasilitas kamar dan menemukan informasi yang dicari dan mencocokkan fasilitas apa saja yang ditawarkan untuk kamar 863. Pola penglihatan responden dapat dilihat pada Gambar IV.23.

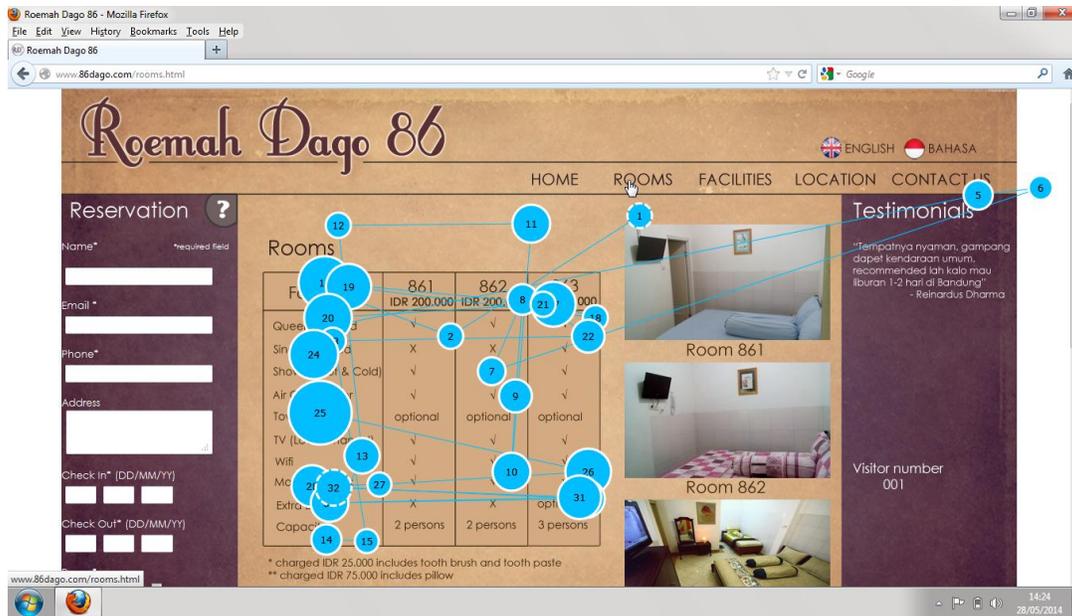
Pengerjaan task 4 oleh responden 6 mengalami masalah yang sama dengan responden lainnya. Awalnya, responden langsung mengetahui letak form reservasi dan melakukan pengisian. Tetapi, pada kolom tahun check-in dan check-out date, responden mengetikkan '2014' pada kolom tahun. Berbeda dengan kelima responden yang lainnya, responden 6 tidak menyadari kesalahannya. Selain itu, data reservasi yang diminta dapat dimasukkan dengan benar. Gambar IV.24 menampilkan pola penglihatan responden 6 pada pengerjaan task 4



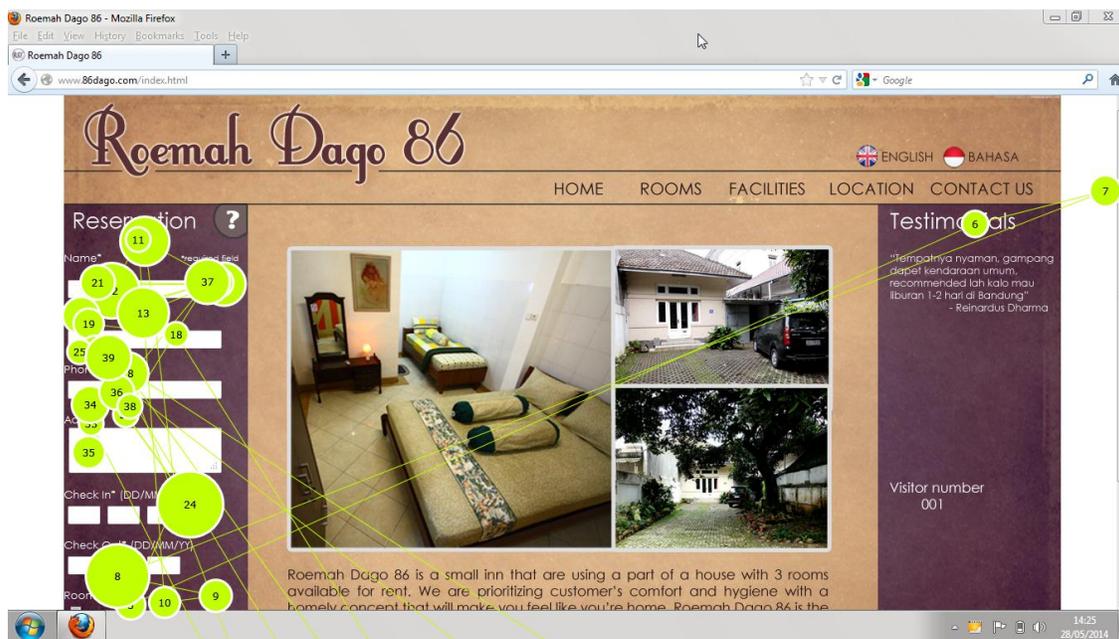
Gambar IV.21 Pola Penglihatan Responden 6 Pada Pengerjaan Task 1



Gambar IV.22 Pola Penglihatan Responden 6 Pada Pengerjaan Task 2



Gambar IV.23 Pola Penglihatan Responden 6 Pada Pengerjaan Task 3



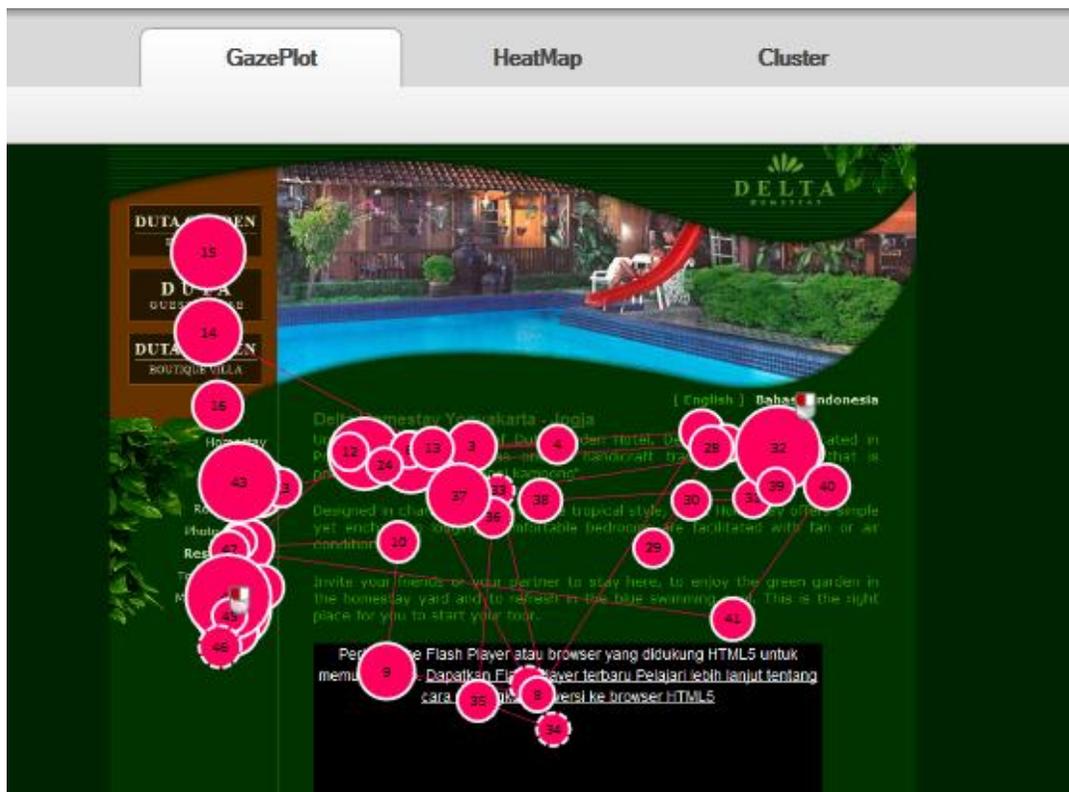
Gambar IV.24 Pola Penglihatan Responden 6 Pada Pengerjaan Task 4

## IV.2 Analisis Hasil Pengujian Kemampuan Website Delta HomeStay

Analisis Gaze Replay juga dilakukan untuk website ke 2. Pada pengujian ini, hanya 4 responden saja yang digunakan karena responden ke 5 dan 6 tidak memberikan informasi tambahan yang baru.

### IV.2.1. Gaze Replay Responden 1

Responden 1 terlihat mengalami kesulitan pada saat menggunakan website. Terlihat pertama dia membaca deskripsi hotel yang tersedia pada website tersebut. Lalu responden 1 mengubah setting bahasa yang awalnya menggunakan bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia. Setelah itu responden 1 terlihat kebingungan dengan adanya 3 tab disisi kiri atas website yang berisi 3 icon untuk menghubungkan ke website 3 hotel yang masih berada dalam 1 group Duta Garden. Responden 1 mencoba mengklik masing-masing icon untuk menemukan hotel yang dimaksudkan dalam task. Setelah responden 1 menemukan link yang benar, responden langsung melihat adanya link lokasi di sisi kiri website dan akhirnya berhasil menyelesaikan task yang diminta. Pola penglihatan untuk task ini dapat dilihat pada Gambar IV. 25

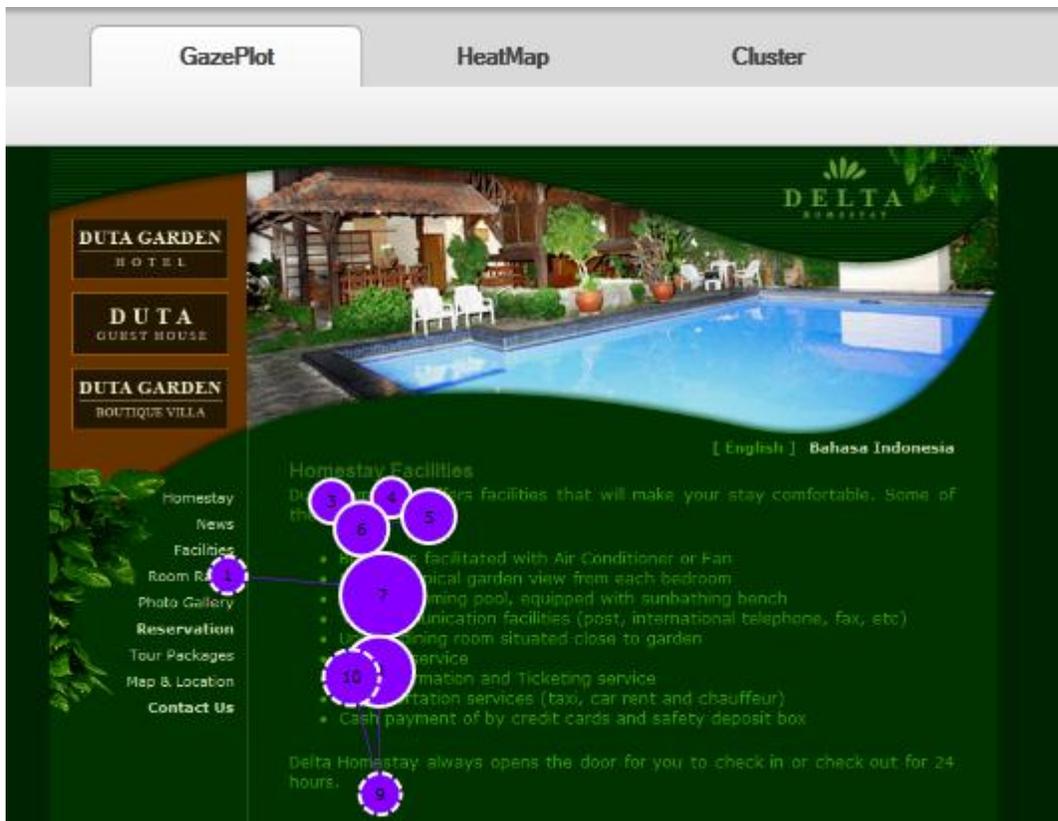


Gambar IV.25 Gaze Plot Responden 1 untuk Task 1

Untuk task yang kedua, responden 1 terlihat sudah memahami layout website sehingga bisa menyelesaikan tugasnya dengan mudah. Responden 1 terlihat langsung menuju sisi kiri dari website dan mengklik link yang benar untuk menemukan data fasilitas hotel.

Sama halnya dengan tugas yang sebelumnya, tugas 3 dapat diselesaikan oleh Responden 1 dengan mudah. Terlihat responded satu langsung menuju sisi kiri website dan mengklik tombol Room Rates dan menemukan informasi kamar dan harga kamar yang dicari. Gaze Plot untuk task 2 dan 3 ini dapat dilihat pada Gambar IV.26 dan Gambar IV. 27

Untuk tugas 4, responden 1 juga dapat menyelesaikannya dengan mudah. Waktu yang dibutuhkan cukup lama karena responden 1 terlihat sangat hati-hati dalam mengisikan data yang diminta. Gaze Plot untuk tugas 4 dapat dilihat pada Gambar IV. 28.



Gambar IV.26 Gaze Plot Responden 1 untuk Task 2

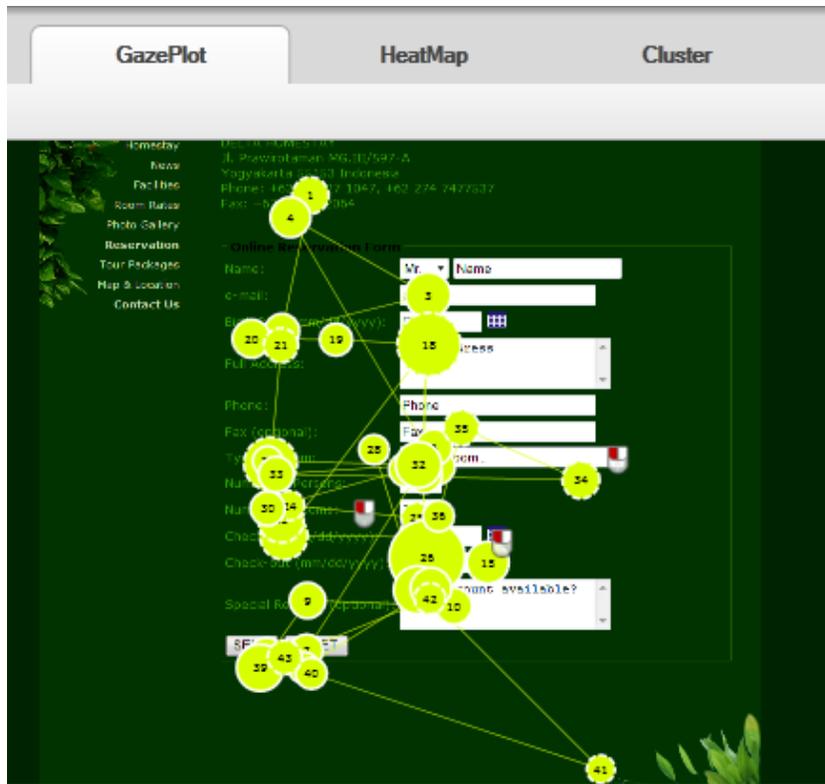


Gambar IV.27 Gaze Plot Responden 1 untuk Task 3

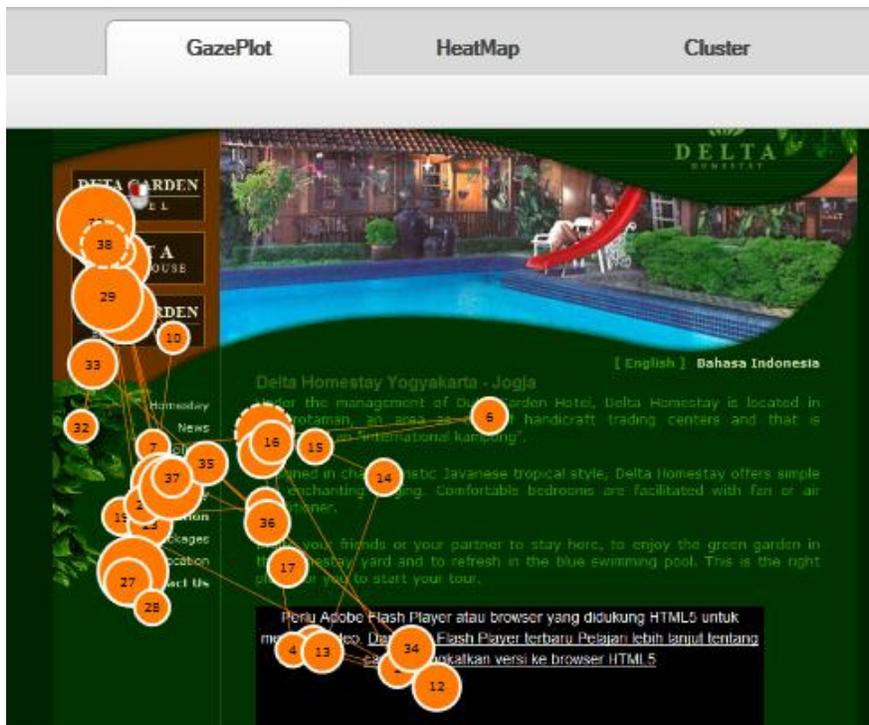
#### IV.2.1. Gaze Replay Responden 2

Responden 2 mulai dengan membaca deskripsi dari hotel. Setelah itu, responden 2 terlihat bingung melihat 3 tab yang ada di sisi kiri atas website. Setelah beberapa saat, responden 2 mengklik icon Delta Hotel yang mengarah pada website Hotel, sedangkan instruksinya adalah meminta responden untuk memilih Delta HomeStay. Setelah beberapa saat membaca deskripsi hotel, responden 2 menyadari kesalahannya dan mengklik icon Delta Homestay yang mengarah pada website yang benar.

Setelah itu, responden 2 membaca kembali deskripsi hotel untuk memastikan bahwa dia memilih link yang benar. Setelah yakin dengan pilihannya, Responden 2 beralih ke sisi kiri dari website dan melakukan kesalahan dengan mengklik tombol fasilitas. Padahal task 1 meminta responden untuk mencari lokasi hotel. Setelah melihat fasilitas hotel, responden 2 kembali melihat sisi kiri website dan akhirnya mengklik icon yang benar yaitu Map & Location dan berhasil menyelesaikan task yang diberikan. Gaze plot untuk tugas ini dapat dilihat pada Gambar IV. 29.



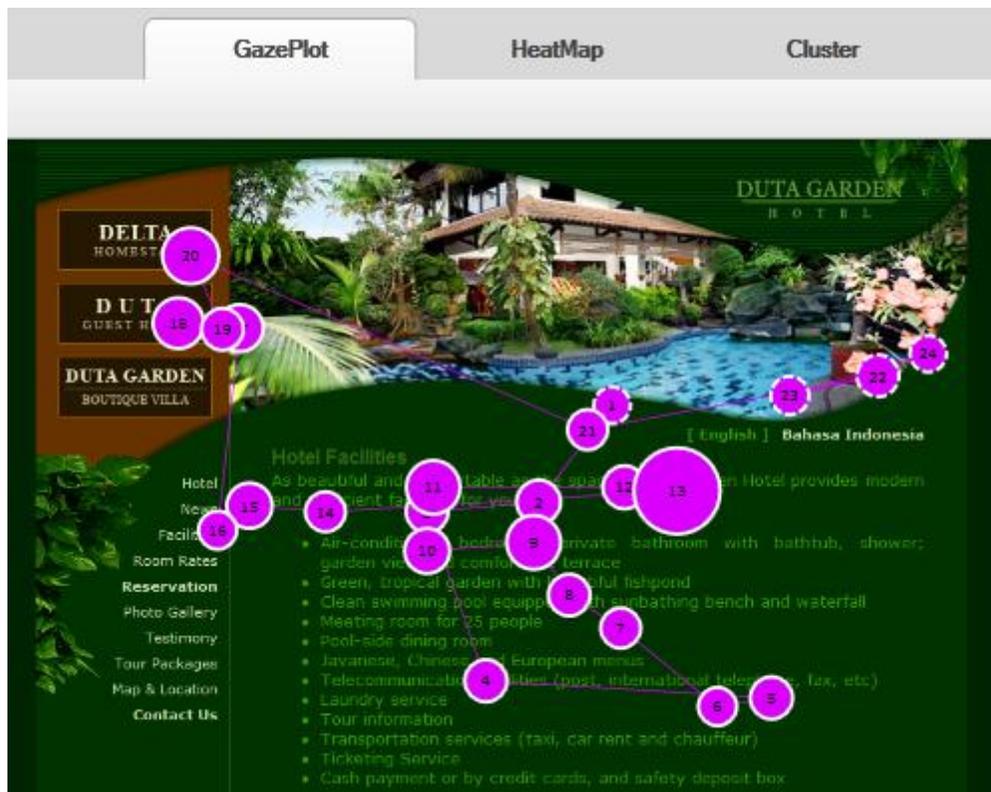
Gambar IV.28 Gaze Plot Responden 1 untuk Task 4



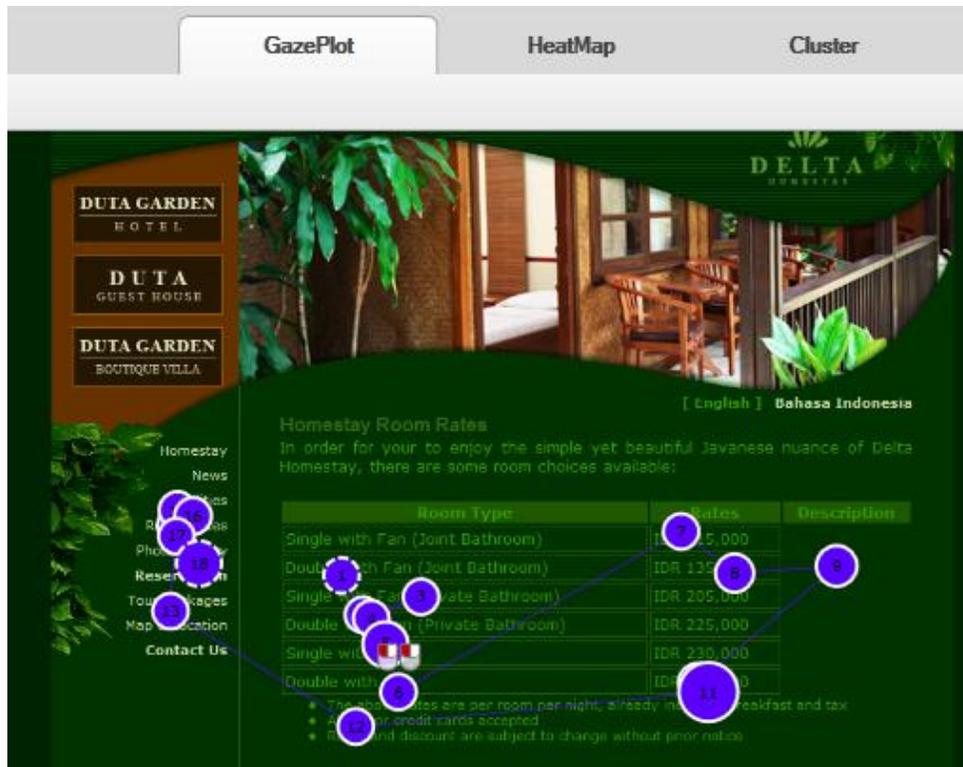
Gambar IV.29 Gaze Plot Responden 2 untuk Task 1

Untuk tugas yang kedua, Responden 2 juga kembali terlihat bingung dengan 3 icon di sisi kiri atas website. Sepertinya Responden 2 ingin meyakinkan bahwa dia berada pada halaman yang benar sebelum menyelesaikan task yang diminta. Setelah Responden 2 yakin, dengan cepat dia beralih ke sisi kiri bawah dan mengklik tombol fasilitas. Gaze Plotnya dapat terlihat pada Gambar IV. 30.

Untuk tugas ketiga dan keempat, Responden 2 terlihat tidak mengalami kesulitan. Responden 2 yang sudah terbiasa dengan layout dari website tersebut, dengan cepat langsung mengklik tombol Room Rates dan menemukan informasi yang diminta. Untuk tugas keempat 4, Responden 2 pun dengan cepat mengklik icon Reservation dan menyelesaikan tugas yang diminta dengan cepat. Gaze plot untuk tugas 3 dan tugas 4 dapat dilihat pada Gambar IV.31. dan Gambar IV.32



Gambar IV. 30 Gaze Plot Responden 2 untuk Task 2



Gambar IV. 31 Gaze Plot Responden 2 untuk Task 3

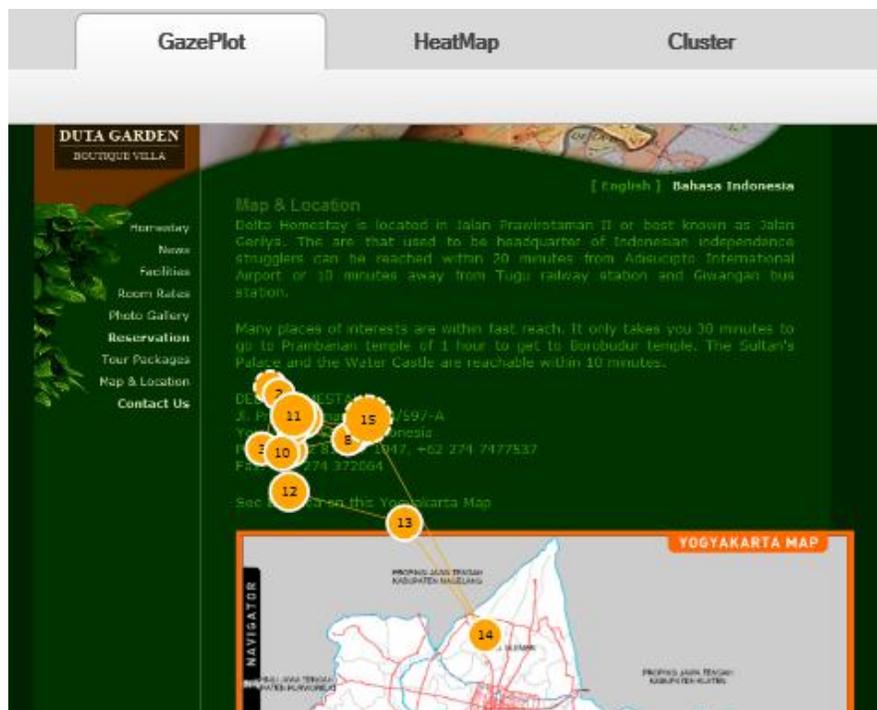
#### IV.2.1. Gaze Replay Responden 3

Sama seperti responden lainnya, Responden 3 langsung melihat pada sisi kiri atas dari website. Responden 3 kemudian membaca deskripsi hotel dan kemudian beralih ke sisi kanan atas dari website dimana tercantum tulisan dan logo “Delta HomeStay”. Setelah yakin bahwa dia berada pada halaman yang benar, Responden 3 beralih ke sisi kiri bawah dari website dan dengan cepat menemukan link lokasi. Setelah masuk pada halaman lokasi, Responden 3 terlihat memperhatikan alamat hotel dan peta secara bergantian. Gaze Plot untuk tugas ini dapat dilihat pada Gambar IV. 33.

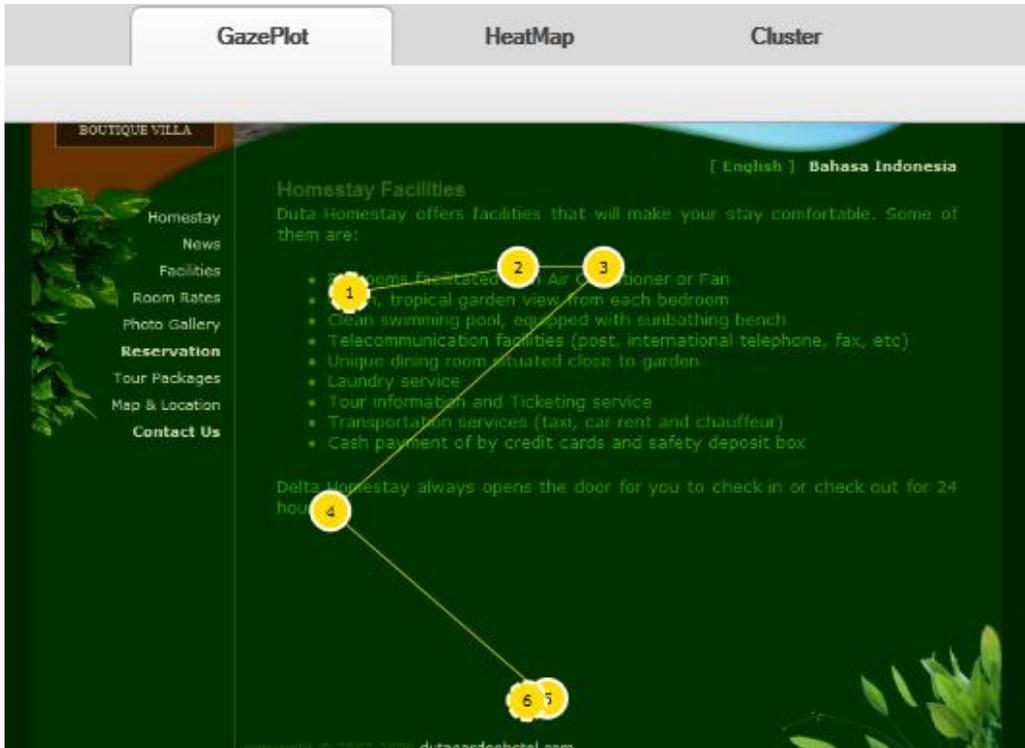
Untuk tugas ke 2 dan ke 3, Responden 3 tidak mengalami kesulitan yang berarti. Terlihat Responden 3 lebih lama menghabiskan waktunya untuk membaca instruksi dikarenakan responden 3 ingin memastikan bahwa dia memahami instruksi dengan baik. Pada saat sudah selesai membaca instruksi, Responden 3 segera menuju link fasilitas untuk tugas 2 dan link Room Rates untuk tugas 3 dan berhasil menemukan data yang diminta. Gaze Plot untuk tugas ini dapat dilihat pada Gambar IV. 34 dan Gambar IV. 35.



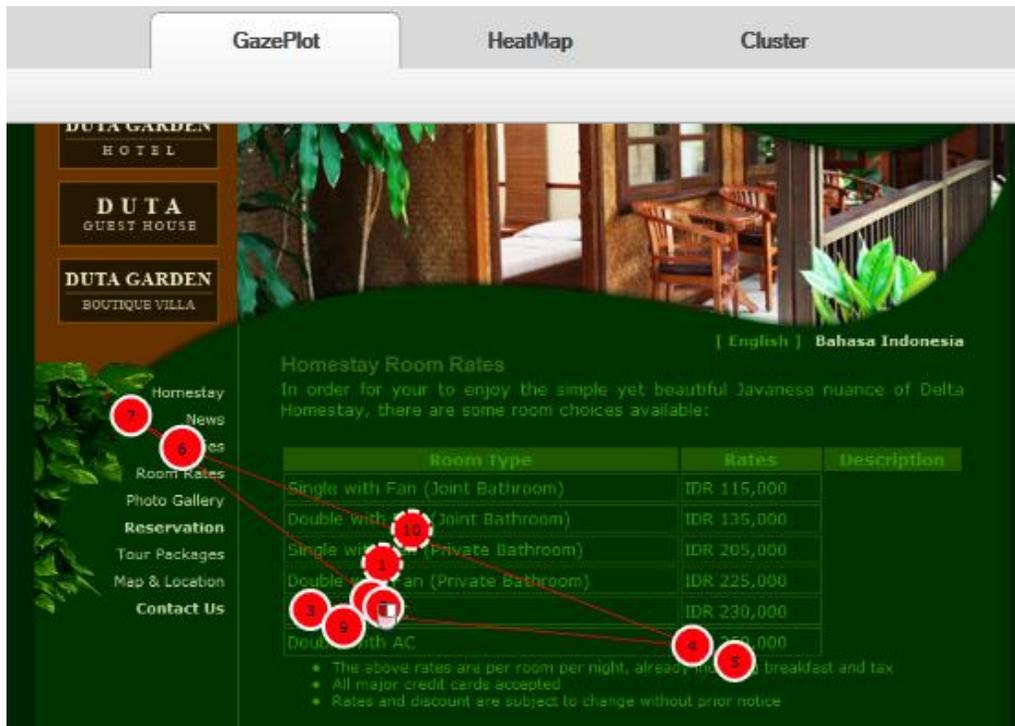
Gambar IV. 32 Gaze Plot Responden 2 untuk Task 4



Gambar IV. 33 Gaze Plot Responden 3 untuk Task 1

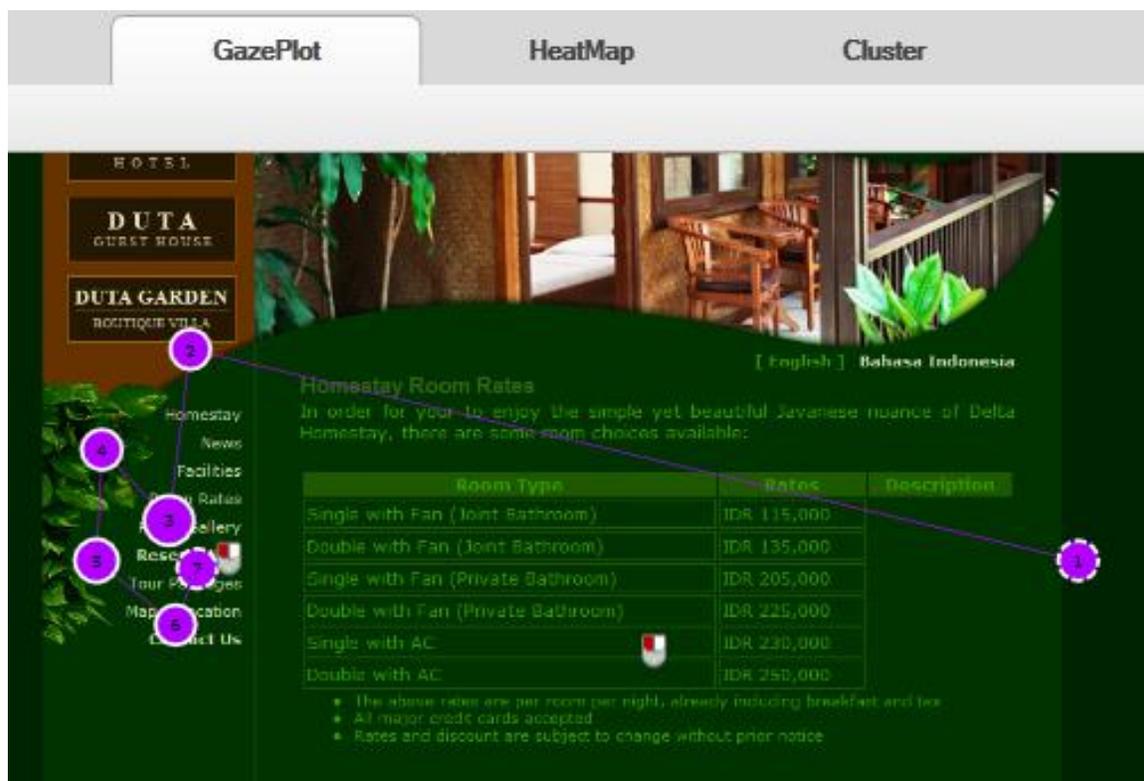


Gambar IV. 34 Gaze Plot Responden 3 untuk Task 2

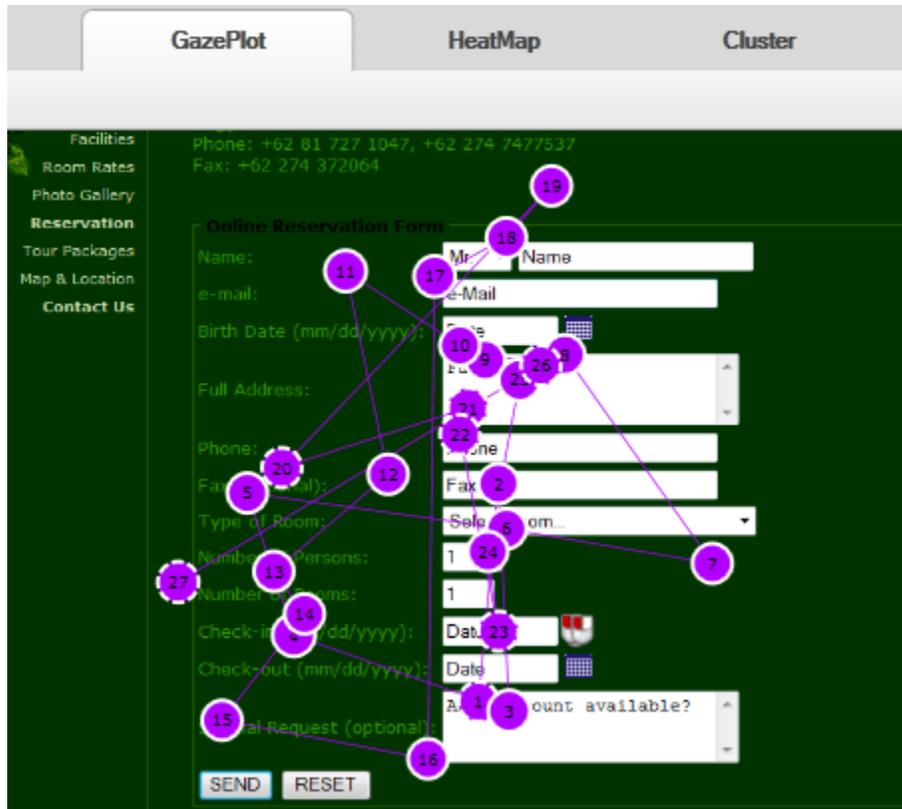


Gambar IV. 35 Gaze Plot Responden 3 untuk Task 3

Dalam mengerjakan tugas 4, Responden 3 melakukan kesalahan. Pertama kali, responden 3 mengklik link Room Rates dan menuju halaman yang berisi informasi tipe kamar dan harganya. Responden 3 melihat daftar kamar tersebut dan menemukan informasi kamar single with AC yang harus dipesan. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar IV.36, Responden 3 kemudian melihat ke sisi kanan website untuk mencari link untuk melakukan reservasi. Sadar dengan kesalahan yang dibuat, responden 3 kemudian beralih ke sisi kiri website dan mengklik link reservasi. Setelah berada pada halaman yang benar, Responden 3 kemudian dapat menyelesaikan tugasnya dengan cepat. Gaze plot untuk tugas ini dapat dilihat pada Gambar IV. 37.



Gambar IV. 36 Gaze Plot Responden 3 untuk Error di Task 4

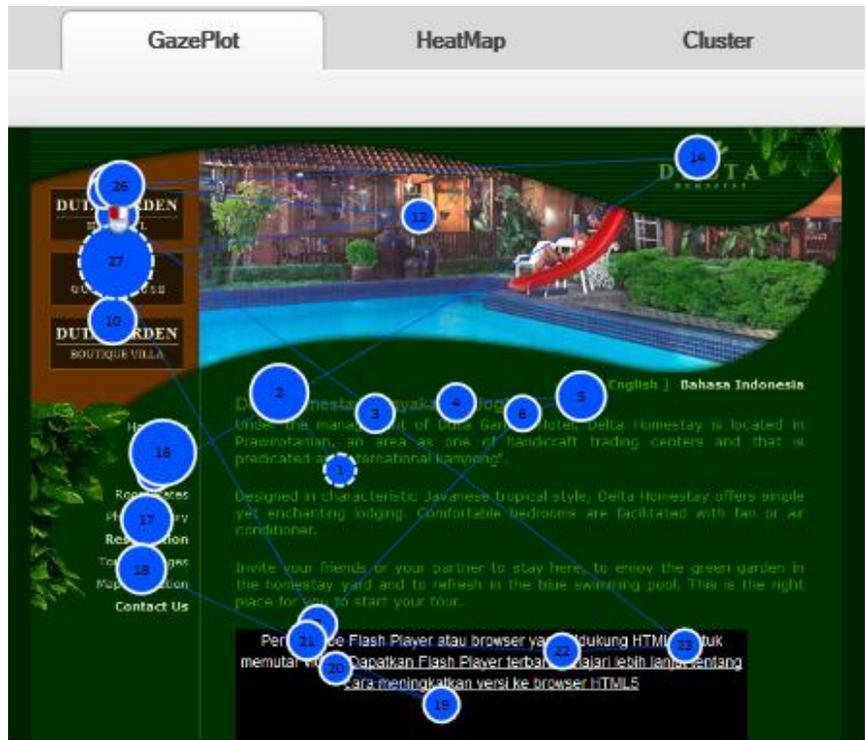


Gambar IV. 37 Gaze Plot Responden 3 untuk Task 4

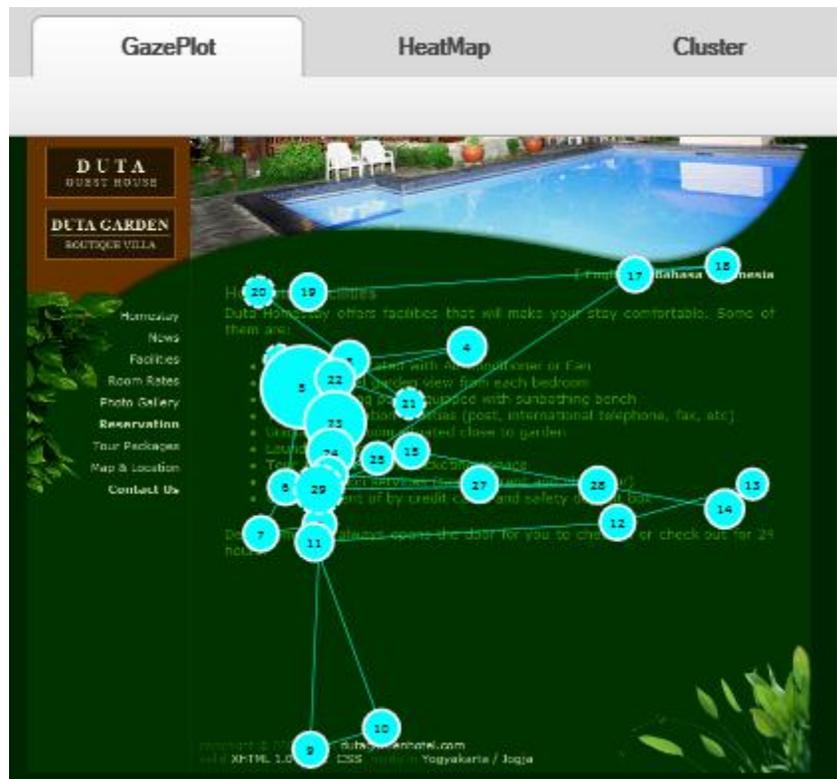
#### IV.2.2. Gaze Replay Responden 4

Responden 4 mengalami kesulitan yang sama dengan responden lain. Awal memasuki website, perhatiannya menuju pada sisi kiri atas website dan bingung melihat ada 3 icon dengan nama yang berbeda. Responden 4 terlihat melihat sisi kanan atas website untuk menyamakan logo hotel dengan nama hotel yang diminta. Setelah yakin berada pada halaman yang benar, Responden 4 beralih ke sisi kiri bawah dan mengklik link Location. Pada halaman location, Responden 4 langsung menemukan informasi yang diminta. Responden 4 terlihat mengamati peta dan alamat secara bergantian. Berdasarkan wawancara, Responden 4 menyatakan bahwa dia mengharapkan dari peta akan terlihat lebih detail mengenai lokasi hotel tersebut. Gaze plot untuk tugas ini dapat dilihat pada Gambar IV. 38

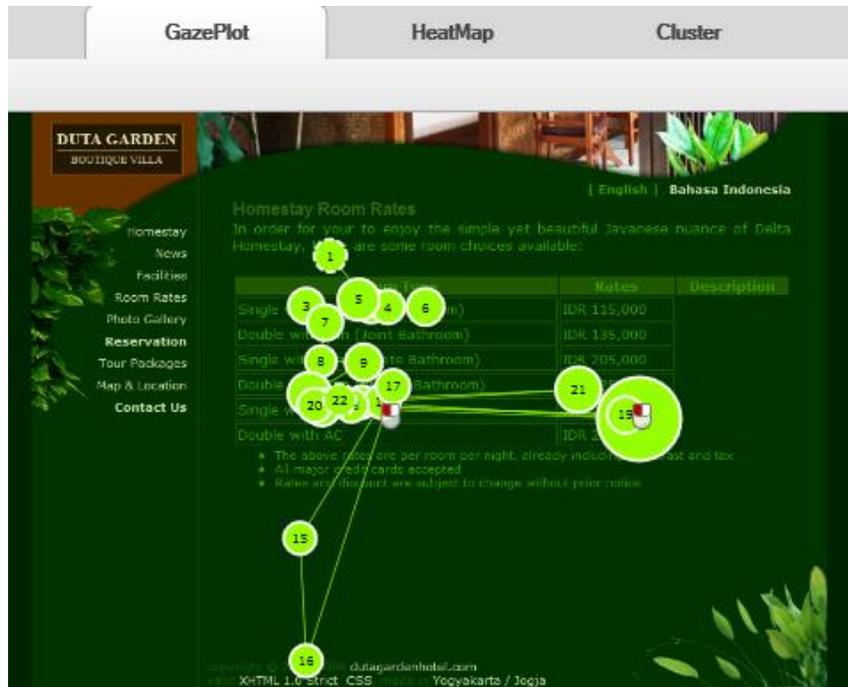
Untuk tugas ke 2, 3, dan 4, Responden terlihat tidak mengalami kesulitan apapun dan dapat menyelesaikan tugas dengan mudah. Berdasarkan wawancara, Responden 4 mengatakan bahwa daftar link yang tersedia di sisi kiri website memudahkan dia untuk mencari informasi yang diinginkan. Gaze plotnya dapat dilihat pada Gambar IV.39 sampai dengan Gambar IV.41.



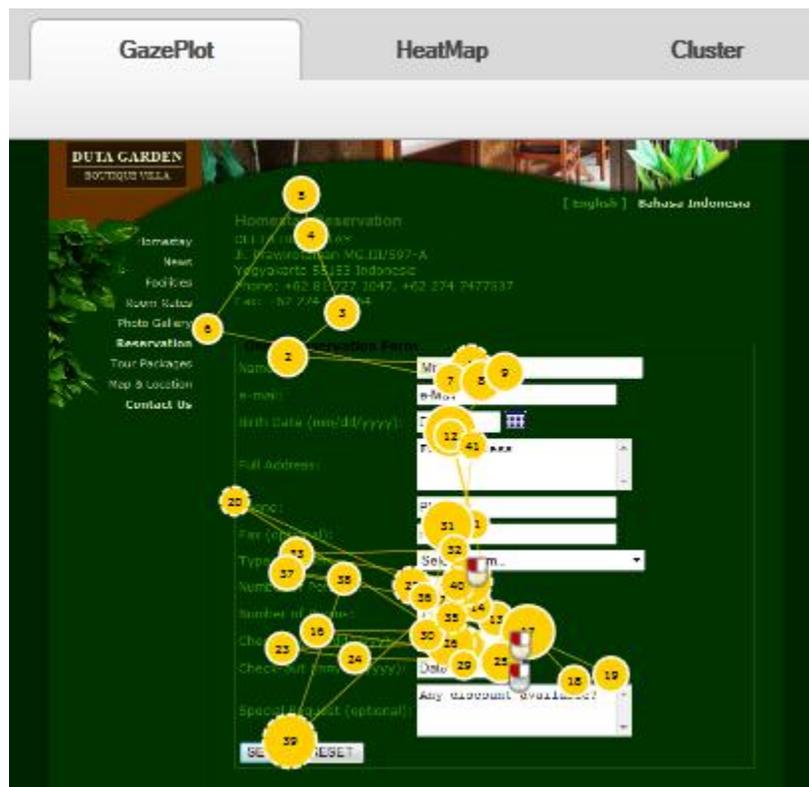
Gambar IV. 38 Gaze Plot Responden 4 untuk Task 1



Gambar IV. 39 Gaze Plot Responden 4 untuk Task 2



Gambar IV. 40 Gaze Plot Responden 4 untuk Task 3



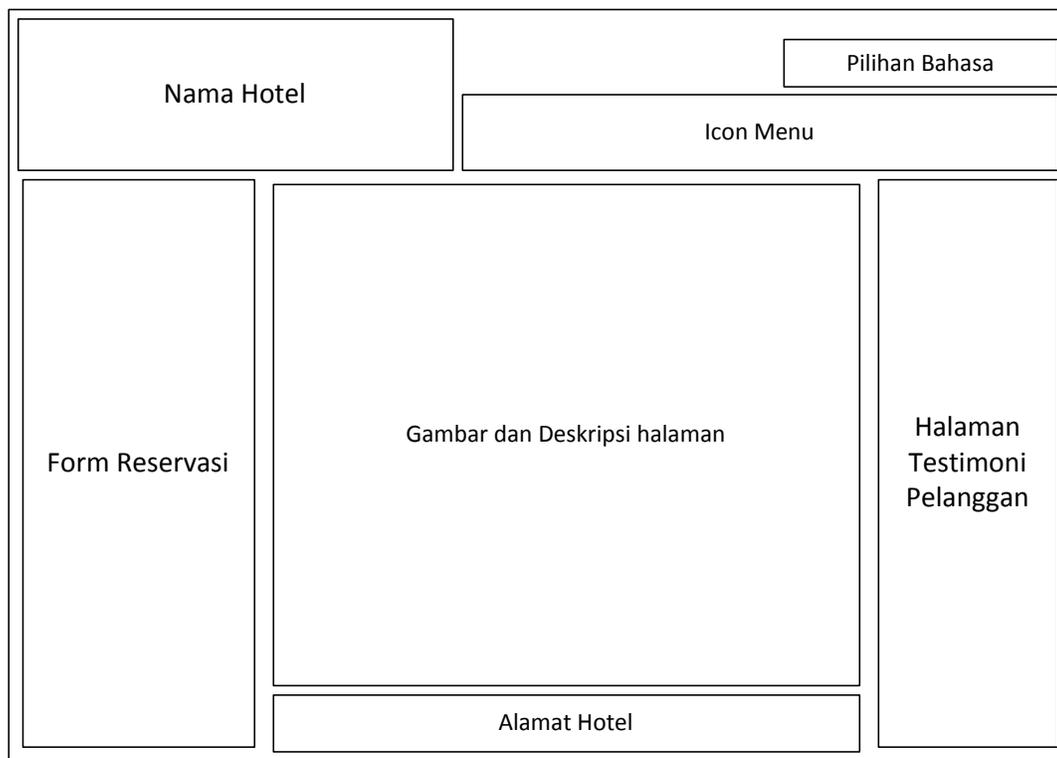
Gambar IV. 41 Gaze Plot Responden 4 untuk Task 4

### IV.3 Analisis Perbandingan Hotel 1 dan Hotel 2 dan Usulan

Pada subbab ini, akan dibahas mengenai perbandingan layout website hotel 1 dan layout website hotel 2 secara kualitatif. Analisis kuantitatif tidak memungkinkan untuk dilakukan karena jumlah responden yang tidak mencukupi.

Website hotel 1 memiliki layout seperti dapat dilihat pada Gambar IV.42. Dengan layout seperti itu, beberapa permasalahan yang dialami responden pada saat melakukan task yang diminta adalah:

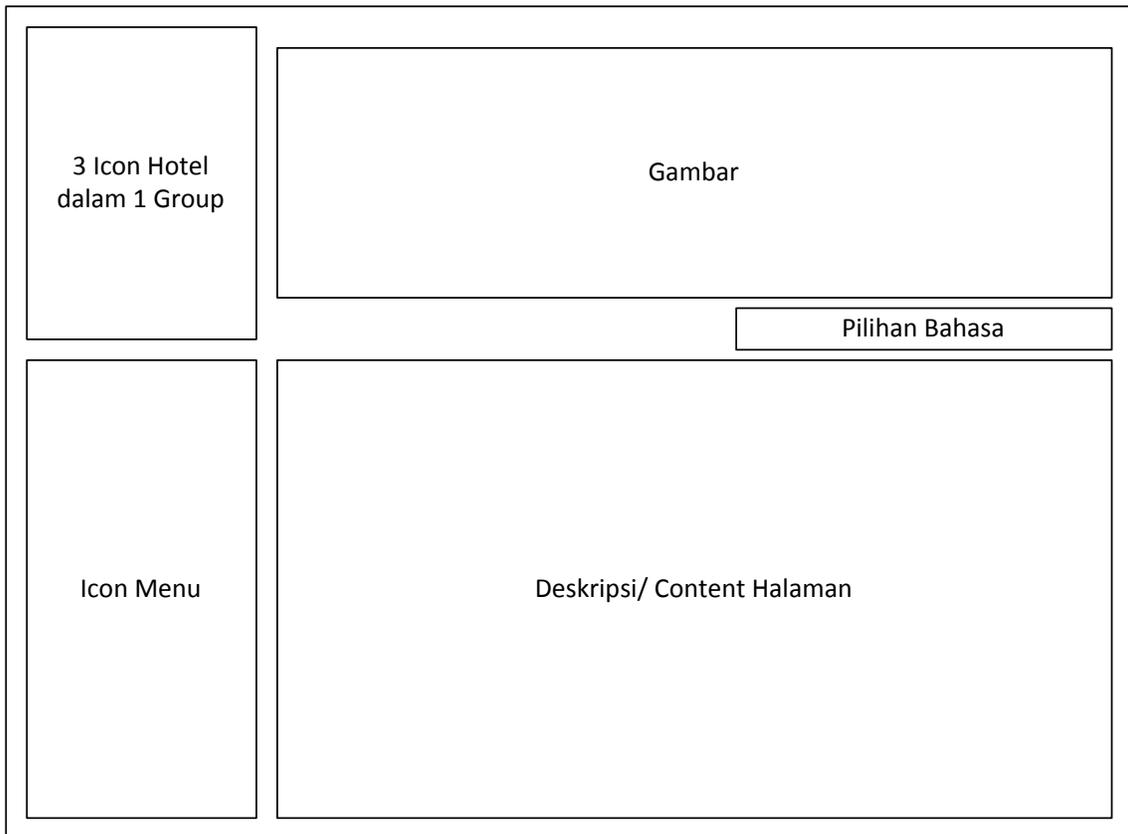
- a. Hampir seluruh responden mengalami kesulitan menemukan alamat hotel yang terletak di halaman utama, di sisi bawah website. Responden cenderung langsung berfokus pada google map yang ada di halaman tersebut dan berpikir bahwa informasi alamat hotel dapat ditemukan di sana.
- b. Sebagian responden mengalami kesulitan membaca tabel fasilitas kamar. Mereka tidak terbiasa membaca informasi type kamar dan fasilitasnya dalam satu tabel
- c. Sebagian besar responden mengalami kesulitan pada saat mengisi data tanggal pada form reservasi walaupun pada data tersebut telah ada penulisan format (DD/MM/YY).



Gambar IV.42. Layout Website Hotel 1

Sementara pada website hotel 2, yang memiliki layout website seperti dapat dilihat pada Gambar IV.43, permasalahan yang dialami responden adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat 3 icon nama hotel yang berbeda di sisi kiri atas website. Hal ini menyebabkan responden menjadi bingung harus memilih icon yang mana. Walaupun responden telah berada pada halaman yang benar, sering kali responden terlihat ragu-ragu dan kembali mengklik icon tersebut untuk memastikan dia berada pada link yang benar
- b. Responden merasa form reservasi yang terletak pada halaman tersendiri cukup menyulitkan buat mereka. Terutama pada saat mereka ingin melihat data kamar terlebih dahulu, banyak responden yang akhirnya kembali pada halaman room rates baru kemudian mengklik icon reservasi
- c. Responden merasa data reservasi yang diminta terlalu banyak sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk mengisi form reservasi tersebut.



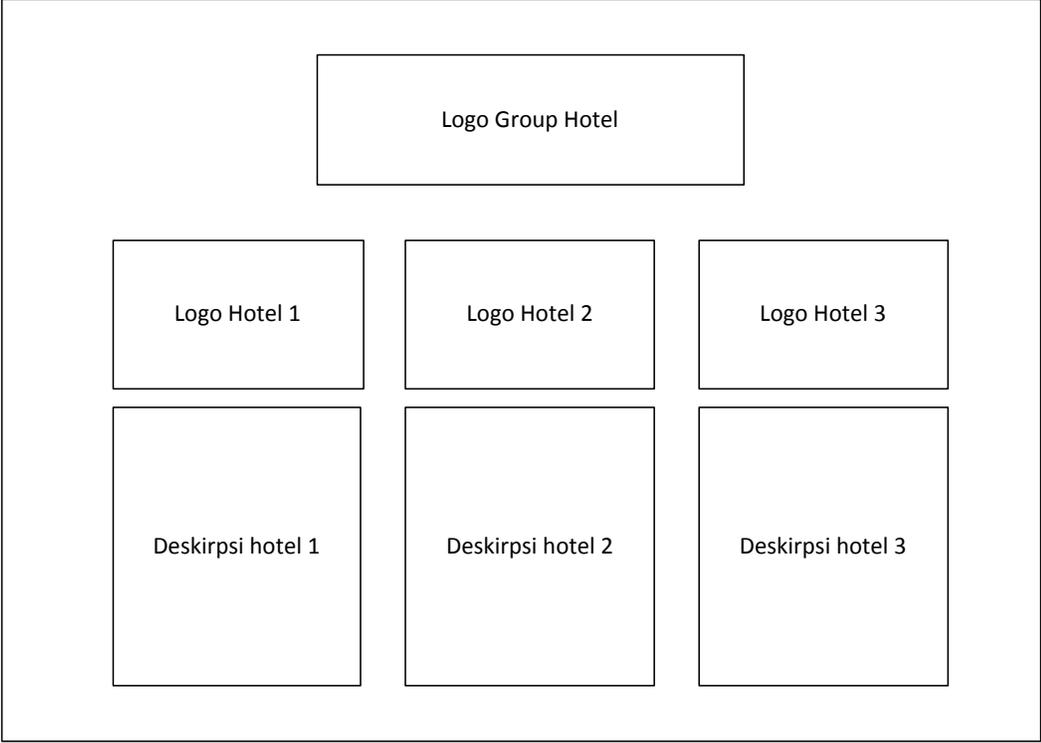
Gambar IV.43. Layout Website Hotel 2

Berdasarkan analisis perbandingan kualitatif website hotel 1 dan 2, maka beberapa usulan yang diberikan adalah:

- Layout hotel 1 dinilai memiliki kemampupakaian yang lebih baik. Hal ini dilihat dari jumlah kesalahan yang dilakukan responden, dan juga berdasarkan hasil wawancara responden setelah mereka selesai pengujian. Perbaikan yang dilakukan pada layout website hotel 1 adalah memindahkan posisi alamat hotel yang awalnya berada di sisi bawah website, menjadi di sisi atas website. Layout usulan ini dapat dilihat pada Gambar IV.44
- Pada form reservasi, responden mengalami kesulitan pada saat mengisi data tanggal. Karena itu, pada kolom tanggal, ditambahkan fungsi calender widget yang dapat membantu responden. Tambahan ini juga dapat dilihat pada Gambar IV.44.
- Untuk Group Hotel yang memiliki hotel lebih dari satu, disarankan icon untuk jaringan hotelnya diletakkan di halaman utama seperti pada Gambar IV.45. Sehingga responden dapat memilih hotel yang dituju dan jika sudah masuk pada link hotel tertentu, responden tidak merasa kebingungan dengan banyaknya logo hotel yang lain.



Gambar IV.44. Usulan layout website hotel



Gambar IV.45 Usulan halaman utama untuk hotel yang memiliki jaringan hotel.

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan berisi mengenai kesimpulan dari penelitian ini dan juga saran yang dapat diberikan.

### **V.1. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Layout website hotel 1 memiliki kemampupakaian yang lebih baik dari layout website hotel 2 berdasarkan analisis kualitatif uji kemampupakaian dengan menggunakan eye tracker
2. Berdasarkan perbandingan secara kualitatif dari analisis gaze replay kedua hotel tersebut, diusulkan beberapa hal perbaikan yang dapat dilihat pada sub bab IV.3

### **V.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Perancangan website harus memperhatikan faktor kemampupakaian dari website tersebut. Usulan yang diberikan pada subbab IV.3 dapat digunakan untuk membantu merancang website hotel.
2. Analisis kemampupakaian dengan menggunakan eye tracker sebaiknya menggunakan responden yang banyak (min 30) sehingga dapat dilakukan analisis kuantatif sebagai tambahan dari analisis kualitatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2012). Profil Pengguna Internet di Indonesia 2012. Diunduh dari [http://www.apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil%20Internet%20Indonesia%202012%20\(INDONESIA\).pdf](http://www.apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil%20Internet%20Indonesia%202012%20(INDONESIA).pdf)
- Beaird, J. 2007. *The Principles of Beautiful Web Design*, Victoria: SitePoint
- Mifsud, J. (2011). Why Web Site Usability is Important for a Company. Diunduh dari <http://usabilitygeek.com/why-web-site-usability-is-important-for-a-compan/#importance-web-site-usability-company-12>
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). *Interaction Design : Beyond Human-Computer Interaction*, 1st edition. New York: John Wiley & Sons.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2007). *Interaction Design : Beyond Human-Computer Interaction*, 2nd edition. New York: John Wiley & Sons.
- Rubin, J. & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing, Second Edition: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Tobii Technology. (2013). What is eye tracking?. Diunduh dari [http://www.tobii.com/en/about/what-is-eye-tracking/#.Uty\\_6BD-LIV](http://www.tobii.com/en/about/what-is-eye-tracking/#.Uty_6BD-LIV)
- Ustadiyanto, R. (2002). *E-Business Plan: Perencanaan, Pembangunan, dan Strategi di Internet*, Yogyakarta: ANDI.
- Website. (n.d.) Merriam-Webster online dictionary. Diakses dari [http://www.merriam-webster.com/dictionary/Web site](http://www.merriam-webster.com/dictionary/Web%20site).