

ABSTRAK

Klenger Burger merupakan restoran burger di Indonesia yang telah hadir sejak tahun 2006. Di saat kebanyakan restoran burger memiliki rasa *western* atau barat restoran yang dikelola oleh PT. Kinarya Anak Negeri ini hadir menyajikan burger dengan cita rasa Indonesia sehingga dapat dinikmati oleh lidah masyarakat Indonesia. *website* merupakan salah satu media yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Pengalaman konsumen ketika mengunjungi *website* akan membentuk suatu persepsi tentang perusahaan dan mengasosiasikannya dengan produk yang ditawarkan. Tidak dilakukannya pembaharuan *website* Klenger Burger selama 5 tahun terakhir menimbulkan beberapa masalah. Masalah-masalah yang ada adalah tidak terupdate nya informasi yang ada di dalam website dan juga tampilan *user interface* yang kurang menarik sehingga merugikan dan tidak memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung *website*. Dari kuesioner singkat yang diisi oleh 20 responden memberikan hasil yaitu 55% responden tidak setuju jika website klenger burger mudah dipahami, 85% responden tidak setuju jika website klenger burger memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, 75% responden tidak setuju informasi yang ada pada website klenger burger sesuai dengan kebutuhan dan 85% responden tidak setuju website klenger burger memiliki tampilan *user interface* yang menarik. Karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner tersebut terdiri dari 70% laki-laki dan 30% perempuan yang 60% nya berdomisili di daerah Jakarta dan sebagian besar berumur 20 – 30 tahun. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan fungsionalitas dari *website* Klenger Burger dengan menggunakan pendekatan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Setelah dianalisis menggunakan metode UEQ dilanjutkan dengan *redesign* tampilan *user interface* menggunakan metode *design thinking* dan menghasilkan tampilan *user interface* yang lebih diminati oleh pengunjung. Penelitian ini menghasilkan peningkatan pada 6 skala penilaian UEQ yang sebelumnya bernilai buruk yaitu *Attractiveness* (daya Tarik) dengan nilai 1.80 dan berada pada kategori *Good*, *Perspicuity* (kejelasan) dengan nilai 1.82 dan berada pada kategori *Good*, *Efficiency* (efisiensi) dengan nilai 1.69 dan berada pada kategori *Good*, *Dependability* (ketepatan) dengan nilai 1.67 dan berada pada kategori *Good*, *Stimulation* (stimulasi) dengan nilai 1.74 dan berada pada kategori *Excellent*, dan *Novelty* (kebaruan) dengan nilai 1.35 dan berada pada kategori *Good*.

Kata Kunci: Klenger Burger, *Website*, *User Experience Questionnaire (UEQ)*, *Redesign*

ABSTRACT

Klenger Burger is a burger restaurant in Indonesia that has been around since 2006. While most burger restaurants have a western taste, restaurants managed by PT. Kinarya Anak Negeri is here to serve burgers with Indonesian flavors so they can be enjoyed by the tongue of the Indonesian people. Website is one of the media used by companies to communicate directly with customers. Consumer experience when visiting a website will form a perception about the company and associate it with the products offered. Not updating the Klenger Burger website for the last 5 years has caused several problems. The problems are that the information on the website is not updated and the user interface is not very attractive, which is detrimental and does not provide a good experience for website visitors. From a short questionnaire filled out by 20 respondents, the results were 55% of respondents disagreed if the Klenger Burger website was easy to understand, 85% of respondents disagreed if the Klenger Burger website made it easy to get the desired information, 75% of respondents disagreed with the information on the website Klenger Burger is according to needs and 85% of respondents do not agree that the Klenger Burger website has an attractive user interface. The characteristics of the respondents who filled out the questionnaire consisted of 70% male and 30% female, 60% of whom live in the Jakarta area and most are 20-30 years old. This study aims to increase the functionality of the Klenger Burger website by using the User Experience Questionnaire (UEQ) approach. After being analyzed using the UEQ method, it is continued with a redesign of the user interface display using the design thinking method and producing a user interface display that is more attractive to visitors. This study resulted in an increase in the 6 UEQ rating scales which previously had a bad score, namely Attractiveness with a value of 1.80 and was in the Good category, Perspicuity with a value of 1.82 and was in the Good category, Efficiency with a value of 1.69 and was in the Good category, Dependability (accuracy) with a value of 1.67 and is in the Good category, Stimulation (stimulation) with a value of 1.74 and is in the Excellent category, and Novelty (novelty) with a value of 1.35 and is in the Good category.

Key Words: *Klenger Burger, Website, User Experience Questionnaire (UEQ), Redesign*