

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Dalam melakukan penelitian mengenai usability testing pada website “Narasi.tv” menggunakan metode *Unmoderated Remote Usability Testing (URUT)* dan *User Experience Questionnaire (UEQ)*, peneliti menggunakan penelitian-penelitian sebelumnya yang bersumber dari beberapa jurnal sebagai sumber informasi mengenai analisis *usability* dan *user experience* pada suatu *website* maupun aplikasi *mobile*. Berikut ini adalah penjelasan mengenai penelitian sebelumnya secara detail.

Penelitian pertama, membahas mengenai analisis *usability* pada *website* berita *online*, yaitu *bertuahpos.com*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat *usability* pada *website* *bertuahpos.com* serta membuat *prototype* desain berdasarkan usulan yang didapat dari penelitian ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *User Centered Design* yang memiliki enam prinsip, yaitu *Perspective*, *Compliance*, *Feedback*, *Linkages*, *Restriction*, *Assistance*, dan *Usability* [11]. Setelah melakukan analisis, terdapat tiga prinsip yang memiliki masalah. Ketiga prinsip tersebut adalah *Perspective*, *Compliance*, dan *Feedback* [11]. Selain itu, terdapat pula *prototype* yang berhasil dibuat untuk memberikan rekomendasi kepada pihak perusahaan yang dapat memperbaiki permasalahan pada ketiga prinsip tersebut.

Penelitian kedua, merupakan penelitian yang membahas tentang analisis *usability* pada aplikasi ONT UKNI mengenai media pembelajaran berbasis Android. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat usability aplikasi tersebut dalam jarak jauh tanpa dimoderasi menggunakan metode *Unmoderated Remote Usability Testing* dan *USE Questionnaire* (memiliki kriteria penilaian *utility*, *ease of use*, *ease of learning*, dan *satisfaction*) [8]. Responden pada penelitian ini diambil dari 26 pengguna aplikasi ONT UKNI yang bersedia mencoba aplikasi tersebut selama 14 hari dan

memberikan penilaian berdasarkan pengalaman yang mereka alami pada Google Form. Jumlah pertanyaan yang disediakan oleh peneliti adalah sebanyak 30 pertanyaan. Setelah data telah berhasil terkumpul, langkah selanjutnya adalah menghitung data-data tersebut menggunakan rumus Slovin. Sehingga, didapatkan hasil dari penelitian ini bahwa aplikasi ONT UKNI mendapatkan nilai 4.21 (sangat baik) pada kriteria *utility*, mendapatkan nilai 4.16 (baik) pada kriteria *ease of use*, mendapatkan nilai 4.29 (sangat baik) pada *ease of learning*, serta mendapatkan nilai 4.20 (sangat baik) pada kriteria *satisfaction* [8].

Penelitian ketiga, adalah penelitian mengenai evaluasi pada *educational games* yaitu Kahoot dan Socrative menggunakan metode pengukuran *User Experience Questionnaire* (UEQ). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan *educational games* mana yang memiliki nilai *User Experience* (UX) lebih tinggi di antara Kahoot dan Socrative. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden dari SMKN 3 Malang yang sudah pernah menggunakan Kahoot dan Socrative. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, selanjutnya adalah data dianalisis menggunakan excel. Sehingga, didapatkan hasil bahwa *website* Kahoot memiliki nilai *User Experience* (UX) yang lebih tinggi dibandingkan dengan *website* Socrative. Hal ini disebabkan karena *website* Kahoot lebih mudah digunakan dan lebih menarik perhatian para siswa sebab cukup inovatif serta membuat rasa senang para penggunanya [12].

Penelitian keempat, merupakan penelitian yang membahas mengenai analisis *usability* pada situs berita Kompas.com menggunakan metode *Usability Testing*. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap situs Kompas.com agar dapat mengukur tingkat efektivitas, efisiensi, serta kepuasan yang dialami oleh 20 responden [13]. Teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dengan cara memberikan tugas-tugas kepada 20 responden, sehingga didapatkan hasil pada kriteria efektivitas, yaitu semakin banyak jumlah *error* yang didapatkan ketika

responden mengerjakan banyak tugas. Pada kriteria efisiensi juga menunjukkan semakin banyak jumlah waktu yang dibutuhkan saat responden menyelesaikan banyak tugas, serta didapatkan hasil *persentase* rata-rata kepuasan yang dialami oleh responden sebesar 79,74% [13]. Pada penelitian ini juga mendapatkan rekomendasi dari para responden agar dapat memperbaiki tata letak situs Kompas.com supaya menjadi lebih rapi.

Penelitian terakhir, membahas mengenai evaluasi pada portal berita *online* (Tribunnews, Bali Post, dan Jawa Pos) yang dilakukan menggunakan metode *Heuristic Evaluation* dan *Think Aloud*. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi suatu sistem khususnya portal berita *online* yang memiliki peran penting dalam penyebaran suatu informasi agar dapat digunakan secara maksimal sesuai fungsinya oleh para pengguna. Pengambilan data pada penelitian ini didasarkan kepada 20 responden dengan melakukan pembagian responden menjadi dua kategori, yaitu responden yang termasuk ke dalam kategori mahir dan responden yang termasuk ke dalam kategori pemula [14]. Cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner *heuristik* dan skenario tugas yang masing-masing berjumlah 28 tugas untuk Tribunnews, 25 tugas untuk Bali Post, serta 26 tugas untuk Jawa Pos [14]. Selain itu, dilakukan juga sesi wawancara untuk dapat mengetahui kesulitan apa saja yang dialami oleh pengguna dan saran apa saja yang ingin disampaikan oleh pengguna. Pengukuran efektivitas dilakukan dengan perhitungan rata-rata dari nilai kegagalan yang dilakukan saat responden sedang mengerjakan task-task yang sudah diberikan. Pengukuran efisiensi dilakukan dengan cara melakukan perhitungan rata-rata waktu (satuan detik) yang responden lakukan saat sedang melakukan tugas-tugas yang telah diberikan. Selanjutnya, pada metode *Think Aloud* memberikan hasil berupa saran-saran dan kesulitan yang dialami oleh responden selama pengerjaan tugas sedang berlangsung. Setelah semua data berhasil dikumpulkan, maka dilakukan penilaian menggunakan *severity ratings* dengan nilai rata-rata adalah 2 (permasalahan *usability minor & prioritas perbaikan rendah*). Terakhir, diberikan rekomendasi berupa

perbaikan pada tampilan portal berita *online* sesuai dengan hasil pengambilan data menggunakan metode *Think Aloud* [14].

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Tengku Khairil Ahsyar, Asri Jakawendra, Syaifullah	2020	Analisa <i>Usability Website Berita Online</i> Menggunakan Metode <i>User Centered Design</i>	<i>User Centered Design</i>	Hasil dari penelitian ini adalah analisis <i>usability</i> pada <i>website</i> bertuahpos.com menggunakan metode <i>User Centered Design</i> (memiliki enam prinsip: <i>Perspective, Compliance, Feedback, Linkages, Restriction, Assistance</i> , dan <i>Usability</i>) dan ditemukan tiga permasalahan pada prinsip <i>Perspective, Compliance</i> , dan <i>Feedback</i> . Selain itu, terdapat rekomendasi desain yang dibuat dalam bentuk <i>prototype</i> untuk membantu perusahaan dalam memperbaiki permasalahan pada ketiga prinsip tersebut.

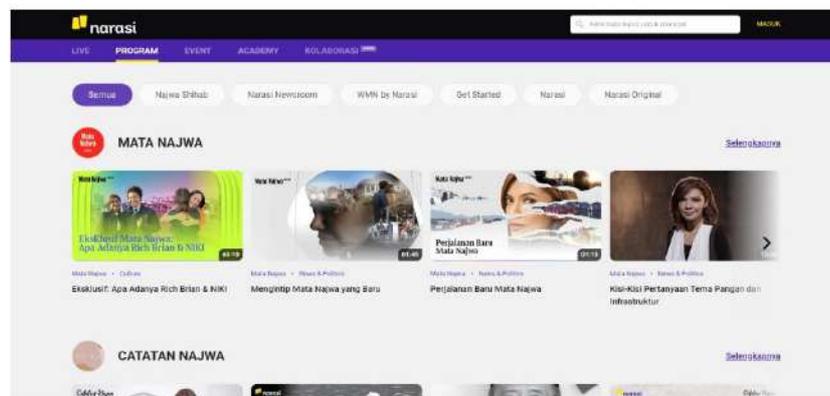
2	Ambar Relawati, Yanuar Primanda, dan Guntur Maulana Zamroni	2022	<i>Unmoderated Remote Usability Testing: An Approach During Covid-19 Pandemic</i>	<i>Unmoderated Remote Usability Testing & Questionnaire</i>	Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi ONT UKNI mendapatkan nilai 4.21 (sangat baik) pada kriteria <i>utility</i> , mendapatkan nilai 4.16 (baik) pada kriteria <i>ease of use</i> , mendapatkan nilai 4.29 (sangat baik) pada <i>ease of learning</i> , serta mendapatkan nilai 4.20 (sangat baik) pada kriteria <i>satisfaction</i>
3	Fauzan Fitrandi, Hanifah Muslimah Az-Zahra, Admaja Dwi Herlambang	2019	Evaluasi <i>User Experience</i> pada Kahoot dan Socrative Menggunakan Metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) (Studi pada SMKN 3 Malang)	<i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ)	Berdasarkan perhitungan menurut data, yang diperoleh dari responden yang berasal dari SMKN 3 Malang, website "Kahoot" memiliki nilai <i>User Experience</i> (UX) yang lebih tinggi dibandingkan dengan website "Socrative". Hal ini disebabkan karena website "Kahoot" lebih mudah digunakan dan menarik perhatian para siswa sebab cukup inovatif serta membuat rasa senang para penggunanya.

4	Dinda Meilasari & Muhammad Naufal Alfareza	2020	Analisis Usabilitas Pada Situs Berita Dengan Metode <i>Usability Testing</i>	<i>Usability Testing</i>	Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa <i>website</i> Kompas.com yang diuji menggunakan 3 atribut (efektifitas, efisiensi, dan kepuasan) mendapatkan hasil yang baik namun dapat ditingkatkan lagi, serta mendapatkan rekomendasi agar dapat memperbaiki tata letak dan tampilan pada <i>website</i> agar lebih rapi.
5	Putu Tantri Fajarini, Ni Kadek Ayu Wirdiani, & I Putu Arya Dharmaadi	2020	Evaluasi Portal Berita <i>Online</i> Pada Aspek <i>Usability</i> Menggunakan <i>Heuristic Evaluation</i> dan <i>Think Aloud</i>	<i>Heuristic Evaluation & Think Aloud</i>	Hasil evaluasi dari penelitian tersebut adalah pada masing-masing portal berita <i>online</i> baik Tribunnews, Bali Pos, maupun Jawa Pos memiliki nilai rata-rata <i>severity ratings</i> sebesar 2 dalam kategori analisis pada bagian efektivitas dan efisiensi pada ketiga portal berita <i>online</i> tersebut.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Narasi.tv

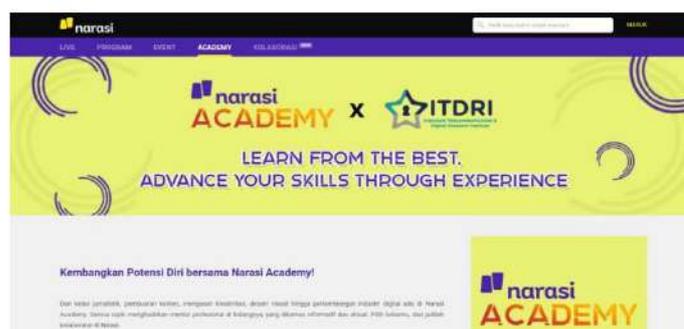
“Narasi.tv” merupakan salah satu media digital di Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 2017 dan didirikan oleh Najwa Shihab, Dahlia Citra, dan Catharina Davy serta sering menyajikan konten-kontennya melalui *platform website, instagram, dan youtube* [4]. Website “Narasi.tv” memiliki banyak fitur atau layanan yang diantaranya adalah “LIVE” yang digunakan saat sedang melangsungkan *livestream* pada acara tertentu, lalu terdapat “PROGRAM” yang berisi seputar program atau konten yang berada di dalam bagian dari Narasi.tv seperti Mata Najwa, Catatan Najwa, Bongkar, Shihab & Shihab, Narasi Daily, WMN By Narasi, Get Started, Narasi People, Narasi Creative Ecosystem, Klub Buku Narasi, Surat Untuk Najwa, Narasi Pagi, dan sebagainya [15].



Gambar 2.1 Tampilan “Program” Pada Website “Narasi.tv”

Gambar 2.1 menunjukkan program atau konten yang terdapat pada *website* “Narasi.tv” yang tiap kontennya memiliki konsep masing-masing, seperti contohnya Mata Najwa dan Catatan Najwa yang membahas khususnya mengenai dunia politik dan kriminal bersama para tokoh atau narasumber yang ahli di bidang tersebut, Shihab & Shihab yang berisi diskusi antara Najwa Shihab dan Quraish Shihab

mengenai ajaran agama Islam, Bongkar yang membahas isu-isu terkini tentang Indonesia dan dipandu oleh Andovi da Lopez, lalu ada Narasi People yang berisi konten-konten dengan topik seputar *human interest* seperti contohnya adalah menceritakan orang-orang yang mampu memberikan cerita yang penuh inspirasi bagi banyak orang, kemudian ada WMN By Narasi yang merupakan tempat yang disediakan khususnya untuk para perempuan agar dapat menemukan cara untuk aktualisasi diri, adapun Klub Buku Narasi sebagai tempat untuk memberikan rekomendasi dan ulasan seputar buku yang dapat memberikan makna dalam hidup, selanjutnya terdapat program bernama *Get Started* berisi konten seputar karier, finansial, bisnis, serta pengembangan diri, selain itu terdapat juga wadah bagi orang-orang yang tertarik untuk belajar di dunia ekosistem kreatif khususnya yang berkeinginan menjadi content creator yaitu pada program yang bernama Narasi *Creative Ecosystem*. Selain program-program yang sudah disebutkan di atas, masih banyak program-program lainnya pada *website* “Narasi.tv” yang sangat menarik dan dapat digunakan sebagai media untuk mencari informasi.



Gambar 2.2 Tampilan “Academy” Pada *Website* “Narasi.tv”

Gambar 2.2 menunjukkan layanan “ACADEMY” yang terdapat pada *website* “Narasi.tv” sebagai penyedia kelas *online* dengan tema jurnalistik, pembuatan konten untuk media sosial, dan kelas lainnya untuk tujuan pengembangan diri khususnya pada industri digital yang dibimbing oleh para mentor profesional dari Narasi, serta terdapat

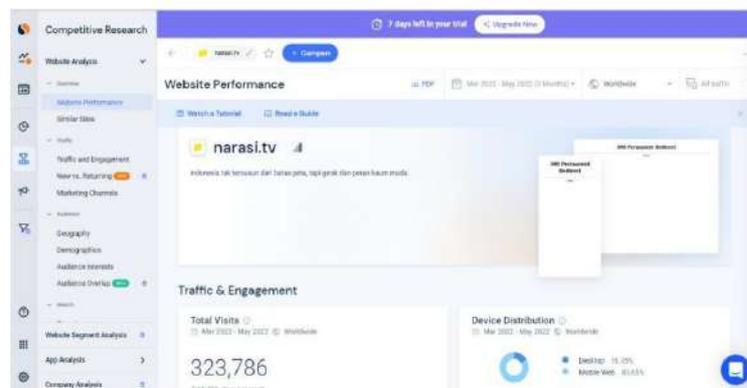
layanan yang terakhir yaitu bernama “KOLABORASI” yang hingga saat ini masih berstatus coming soon.

2.2.2 Website

Website adalah suatu media online yang berfungsi sebagai media pemasaran suatu produk sekaligus untuk melakukan kegiatan transaksi (jual-beli) pada produk barang atau jasa berdasarkan pada fitur yang tersedia di suatu perusahaan dalam waktu, lokasi, dan kondisi yang tidak terbatas [16]. *Website* juga dapat diartikan sebagai kumpulan halaman web yang saling terhubung, berisi file-file yang saling terkait, dan terdiri dari page atau halaman yang bila digabung menjadi satu dinamakan homepage (berada pada posisi teratas dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya) dan di bawah homepage terdapat *child-page* (berisi *hyperlink*) yang nantinya apabila di-klik akan menuju ke halaman lain dalam web tersebut [17].

2.2.2.1 SimilarWeb

Website “SimilarWeb” digunakan untuk mengukur *traffic* dari suatu *website* yang akan diukur karena di dalamnya terdapat data dari setiap user yang mengunjungi *website* tersebut mulai dari durasi kunjungan tiap *user*, akumulasi pengunjung pada waktu tertentu, hingga peringkat *website* tersebut menurut beberapa kategori [18].



Gambar 2.3 Tampilan *Website* “SimilarWeb”

Gambar 2.3 menunjukkan bagian *homepage* pada *website* “SimilarWeb” setelah di-*input*-kan nama *website* “Narasi.tv” yang menampilkan performa *website* dalam suatu waktu [5]. Selain itu, di SimilarWeb juga terdapat tampilan jumlah *traffic* dan *engagement*, serta penyebaran *device* yang digunakan oleh *user* saat mengunjungi *website* “Narasi.tv”.

2.2.3 User Experience (UX)

User Experience (UX) pada suatu *website* merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan "Apa yang *user* rasakan?" saat sedang menggunakan *website* tersebut, sehingga setiap *website* harus dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan bisa memenuhi semua kebutuhan *user* [19]. Sebuah UX yang baik akan membuat para *user* merasa senang, menimbulkan rasa puas, dan selalu mendapatkan kemudahan dari setiap aktivitas yang dijalankan pada *website* tersebut [20]. Meski demikian, UX memiliki sifat yang dinamis, bergantung pada kondisi di suatu kebiasaan, lingkungan, dan juga nilai-nilai yang pernah dialami oleh *user* saat menggunakan suatu *website* [21].

2.2.4 User Interface (UI)

User Interface (UI) merupakan faktor yang tidak kalah penting karena UI berperan sebagai penghubung antara suatu sistem dengan *user*, dengan kata lain UI adalah tampilan dari suatu sistem yang dibuat dengan baik dan semenarik mungkin, namun tetap memperhatikan prinsip-prinsip pada UI yaitu mudah dipahami oleh *user* agar tidak terjadi kegagalan saat sistem sedang dijalankan [21]. Desain UI yang baik dapat membuat suatu sistem (dalam hal ini adalah *website*) agar dapat membantu perusahaan untuk mempromosikan produknya dengan baik, sehingga tingkat penjualan pada suatu perusahaan bisa menjadi semakin tinggi, oleh sebab itu penting bagi perusahaan untuk dapat

merancang UI dari *website*-nya secara maksimal dan sesuai dengan kebutuhan *user* agar nantinya menghasilkan UI serta UX yang baik [17].

2.2.5 Usability Testing

Usability adalah salah satu bagian dari cabang keilmuan *Human Computer Interaction* (HCI), yaitu sebuah ilmu yang berfokus dalam mempelajari desain antarmuka dan interaksi antar manusia dengan komputer [22]. *Usability* itu sendiri pada umumnya membahas seputar pengalaman para *user* ketika sedang menggunakan suatu *website*, aplikasi, dan teknologi lainnya [23]. *Usability testing* digunakan sebagai faktor penentu kualitas pada suatu sistem saat sedang digunakan oleh *user* berdasarkan gabungan antara tujuan dibuatnya sistem tersebut serta cara penggunaan sebuah sistem melalui pengujian pada *user* untuk meminimalisir hingga menghilangkan kegagalan [24].

2.2.6 Unmoderated Remote Usability Testing (URUT)

Unmoderated Remote Usability Testing (URUT) merupakan metode pengujian suatu produk yang dilakukan secara *online* (melalui *platform* berbasis *web* atau seluler) yang bertujuan untuk memberikan nilai pada suatu produk dan menghasilkan data kuantitatif. Metode pengujian jarak jauh menggunakan URUT juga membutuhkan biaya operasional yang sedikit namun tetap mampu menjangkau ke banyak orang sehingga dapat menghasilkan data yang lebih banyak [25].

2.2.7 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan suatu metode yang bertujuan untuk memberikan penilaian terhadap suatu *website* secara cepat sekaligus dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan pada suatu *website* [26]. Hingga saat ini, UEQ memiliki 36 versi bahasa yang diantaranya adalah bahasa Indonesia, Inggris, Jepang, Cina, Jerman, dan sebagainya, serta memiliki 26 parameter penilaian yang

nantinya digunakan sebagai bahan untuk menganalisis suatu *website* dengan kategori penilaian meliputi *bad* (buruk), *below average* (di bawah rata-rata), *above average* (diatas rata-rata), *good* (baik), dan *excellent* (sangat baik) [27]. Jumlah minimum responden yang dapat mengisi kuesioner UEQ adalah sebanyak 25 orang [28].

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

Gambar 2.4 Parameter Penilaian UEQ [30]

Gambar 2.4 menunjukkan 26 parameter penilaian yang digunakan sebagai kuesioner untuk pengumpulan data dari para responden yang di dalamnya sudah termuat enam skala penilaian, yang diantaranya adalah *attractiveness* (daya tarik), *efficiency* (efisiensi), *perspicuity* (kejelasan), *dependability* (ketepatan), *stimulation* (stimulasi), dan *novelty* (kebaruan) [27].

2.2.7.1 *Attractiveness* (Daya Tarik)

Diartikan sebagai situasi dimana *user* dapat merasakan menarik atau tidaknya suatu produk, serta apakah pada akhirnya *user* akan menyukai produk tersebut?

2.2.7.2 Efficiency (Efisiensi)

Diartikan sebagai keadaan dimana user dapat menyelesaikan suatu aktivitas atau proses pada produk dengan cepat.

2.2.7.3 Perspicuity (Kejelasan)

Diartikan sebagai keadaan dimana *user* dapat merasakan mudah atau tidaknya saat menggunakan produk tersebut dan apakah *user* menemukan suatu kesulitan yang cukup mengganggu pada produk tersebut?

2.2.7.4 Dependability (Ketepatan)

Diartikan sebagai kondisi dimana *user* dapat menjalankan semua interaksi suatu sistem pada produk tersebut secara tepat.

2.2.7.5 Stimulation (Stimulasi)

Diartikan sebagai kondisi dimana *user* dapat merasa termotivasi saat menggunakan produk tersebut dan menimbulkan keinginan untuk terus dapat menggunakan produk tersebut.

2.2.7.6 Novelty (Kebaruan)

Diartikan sebagai keadaan dimana *user* semakin berminat untuk menggunakan produk tersebut dan merasa bahwa produk yang sedang digunakan sangat inovatif karena mampu memenuhi kebutuhan *user*.

Selain itu, UEQ memiliki suatu acuan yang memiliki fungsi untuk mengkategorikan klasifikasi suatu produk (berdasarkan nilai *mean*) yang dijelaskan pada tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2.1 Klasifikasi Kategori UEQ [31]

Kategori	Keterangan
<i>Excellent</i> (Luar Biasa)	Di jangkauan 10% hasil terbaik
Kategori	Keterangan
<i>Good</i> (Bagus)	10% hasil dalam set data <i>benchmark</i> lebih baik dan 75% hasilnya lebih buruk
<i>Above Average</i> (Cukup Baik)	25% dari hasil dalam <i>benchmark</i> lebih baik daripada hasil untuk produk yang dievaluasi, 50% dari hasil lebih buruk
<i>Below Average</i> (Kurang Baik)	50% hasil dalam tolak ukur lebih baik daripada hasil untuk produk yang dievaluasi, 25% dari hasil lebih buruk
Bad (Buruk)	Di kisaran hasil terburuk 25%

Pada tabel 2.2 di bawah inimerupakan tabel interval tolak ukur UEQ pada setiap kategori dengan skor rata-rata yang sedang diamati.

Tabel 2.2 Interval Tolak Ukur Skala UEQ [31]

	<i>Att.</i>	<i>Eff.</i>	<i>Per.</i>	<i>Dep.</i>	<i>Sti.</i>	<i>Nov.</i>
<i>Excellent</i>	≥ 1.75	≥ 1.78	≥ 1.9	≥ 1.65	≥ 1.55	≥ 1.4
<i>Good</i>	≥ 1.52 < 1.75	≥ 1.47 < 1.78	≥ 1.56 < 1.9	≥ 1.48 < 1.65	≥ 1.31 < 1.55	≥ 1.05 < 1.4
<i>Above Average</i>	≥ 1.17 < 1.52	≥ 0.98 < 1.47	≥ 1.56 < 1.9	≥ 1.14 < 1.48	≥ 0.99 < 1.31	≥ 0.71 < 1.05
<i>Below Average</i>	≥ 0.7 < 1.17	≥ 0.54 < 0.98	≥ 0.64 < 1.08	≥ 0.78 < 1.14	≥ 0.5 < 0.99	≥ 0.3 < 0.71
<i>Bad</i>	< 0.7	< 0.54	< 0.64	< 0.78	< 0.5	< 0.3

Perhitungan nilai *mean* pada tiap skala diperoleh dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Mean UEQ: } \frac{X}{n} \quad (2.1)$$

Keterangan:

X: Jumlah tiap mean pada item di suatu skala

n: Jumlah tiap item pada skala tersebut