

ABSTRAK

Salah satu tujuan dari sebuah *e-commerce* adalah banyaknya jumlah keberhasilan proses transaksi dari pembeli. Stimulasi visual merupakan salah satu komunikasi utama yang dapat diberikan kepada pengguna aplikasi agar proses transaksi dapat dilakukan dengan nyaman dan berhasil diselesaikan. Untuk dapat mengevaluasi dan meningkatkan pengalaman pengguna yang berfokus pada interaksi visual *e-commerce*, maka penting untuk melakukan pengujian dengan memanfaatkan teknologi *eye tracking* karena teknologi ini terbukti mampu memberikan evaluasi secara objektif dan tepat sasaran. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan pengujian tugas-tugas berkaitan dengan transaksi di *e-commerce* dengan teknologi *eye tracking*. Analisis data dilakukan dengan membandingkan waktu penemuan elemen kunci, heat map, dan gaze plots dari masing-masing tugas. Hasil penelitian berupa perbandingan pengalaman pengguna pada masing-masing tugas di *e-commerce* serta rekomendasi perbaikan desain pengalaman pengguna untuk *e-commerce* sesuai pain points yang ditemukan.

Kata kunci: pelacakan mata, e-niaga, pengalaman pengguna

ABSTRACT

One of the goals of an e-commerce is the large number of successful transaction processes from buyers. Visual stimulation is one of the main communications that can be given to application users so that the transaction process can be carried out comfortably and successfully completed. To be able to evaluate and improve user experience that focuses on visuals interaction of e-commerce, it is important to conduct tests using eye tracking technology because this technology is proven to be able to provide objective and targeted evaluations. The method used in this study is a test of tasks related to transactions in e-commerce with eye tracking technology. Data analysis was carried out by comparing key element discovery times, heat maps, and gaze plots for each task. The results of the study are in the form of comparisons of user experience on each task in e-commerce as well as recommendations for user experience design for e-commerce based on pain points.

Keywords: eye tracking, e-commerce, user experience