

**ANALISIS KEBUTUHAN PENGGUNAAN APLIKASI MYSMASH APPS MENGGUNAKAN
INTEGRASI WEBQUAL DAN MODEL KANO
(STUDI KASUS PADA NASABAH BANK SAMPAH DI KOTA BANDUNG)**

***THE NEED ANALYSIS OF MYSMASH APPLICATION APPS USING THE INTEGRATION OF
WEBQUAL AND KANO MODEL (CASE STUDY IN WASTE BANK CUSTOMERS IN BANDUNG CITY)***

Farid Ardika Dasum¹, Sari Wulandari², Bobby Hera Sagita³

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹faridacum97@gmail.com, ²sari.wulandari42@gmail.com, ³bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak

Bank Sampah merupakan suatu sistem pengelolaan sampah kering secara kolektif untuk mendorong masyarakat agar ikut serta didalamnya. Bank sampah pertama kali diterapkan oleh komunitas kalangan masyarakat akan peduli sampah di Indonesia, salah satunya di Kota Bandung. Perkembangan Bank Sampah mengalami perkembangan yang cukup signifikan sehingga diperlukan adanya pengembangan mengenai system penjemputan sampah yang dilakukan oleh nasabah agar dapat melakukan transaksi pengelolaan sampah dengan efektif dan efisien. Aplikasi *mySmash* diterapkan dalam Teknologi Informasi berbasis *mobile* yang bertujuan untuk memberikan sumber informasi mengenai Bank Sampah yang berada di sekitar kalangan masyarakat serta jenis sampah anorganik yang dapat dijual ke Bank Sampah di seluruh Indonesia, termasuk Kota Bandung. Namun, dari sejumlah nasabah menggunakan aplikasi *mySmash*, hamper sekitar 70% nasabah tidak aktif dalam pengelolaan dan transaksi penjemputan sampah melalui aplikasi *mySmash*, sehingga perlu dilakukan identifikasi kebutuhan pengguna terhadap penggunaan aplikasi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *True Customer Needs* berdasarkan *Voice of Customer* terhadap penggunaan aplikasi *mySmash* menggunakan integrasi *Webqual* dan Model Kano, sehingga dapat diketahui prioritas kebutuhan pengguna untuk meningkatkan layanan aplikasi *mySmash*. Pada hasil penelitian ini terdapat 28 atribut kebutuhan pengguna dari layanan aplikasi *mySmash* dimana terdapat 17 atribut kebutuhan yang belum memenuhi harapan pengguna dan 11 atribut kebutuhan yang telah memenuhi harapan pengguna. Berdasarkan hasil integrasi *Webqual* dan Model Kano, didapatkan 17 *True Customer Needs* yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan berdasarkan urutan prioritas peningkatan terhadap penggunaan layanan aplikasi secara optimal serta untuk diidentifikasi dan diberikan rekomendasi.

Kata kunci : Bank Sampah, Aplikasi *mySmash*, *Webqual*, Model Kano, *True Customer Needs*

Abstract

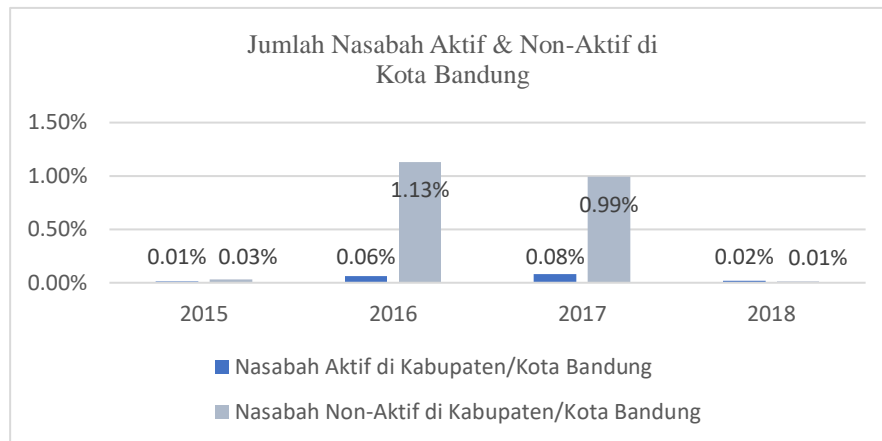
Bank Sampah is a collective dry waste management system to encourage the community to participate in it. The garbage bank was first applied by the community of people who would care about garbage in Indonesia, one of them in the city of Bandung. The development of the Bank Sampah has experienced significant development so that it is necessary to develop a garbage picking system carried out by customers in order to be able to conduct waste management transactions effectively and efficiently. The *mySmash* application is implemented in a mobile-based Information Technology which aims to provide a source of information about Bank Sampah located around the community as well as types of inorganic waste that can be sold to Bank Sampah throughout Indonesia, including the City of Bandung. However, from a number of customers using the *mySmash* application, almost 70% of customers are inactive in management and garbage pick-up transactions through the *mySmash* application, so it is necessary to identify user needs for the use of this application.

This study aims to identify the *True Customer Needs* based on *Voice of Customer* on the use of the *mySmash* application using *Webqual* integration and the Kano Model, so that the priority of user integrity can be identified to improve the *mySmash* application service. In the results of this study there are 28 attributes of the user needs of the *mySmash* application service where there are 17 attributes of needs that have not met the expectations of users and 11 attributes of needs that have met user expectations. Based on the results of the *Webqual* and Kano Model integrase, 17 *True Customer Needs* are needed that need to be improved and developed based on the order of priority for the optimal use of application services and to be identified and given recommendations.

Keywords: Waste Bank, *mySmash* Application, *Webqual*, Kano Model, *True Customer Needs*

1. Pendahuluan

Aplikasi *mySmash* diterapkan dalam Teknologi Informasi berbasis *mobile* yang bertujuan untuk memberikan sumber informasi mengenai Bank Sampah yang berada di sekitar kalangan masyarakat serta jenis sampah anorganik yang dapat dijual ke Bank Sampah tersebut. Aplikasi *mySmash* dapat diakses menggunakan akun yang dimiliki oleh setiap pengguna atau nasabah. Layanan aplikasi ini telah dirancang untuk dapat diakses dimana saja dengan menggunakan jaringan internet dan dapat diakses secara *offline*:



Gambar 1. 1 Jumlah Nasabah Aktif dan Non-Aktif di Kota Bandung
(Sumber: Smash.id, 2018)

Gambar I.3 menunjukkan kenaikan data jumlah Nasabah yang aktif dan non-aktif di Kota Bandung setiap unitnya yang tidak stabil selama empat tahun terakhir ini. Pada tahun 2017 tercatat 0,08% nasabah aktif yang menggunakan aplikasi, hal ini merupakan angka tertinggi walaupun hingga tahun terakhir mengalami penurunan menjadi 0,02% nasabah. Sedangkan untuk jumlah nasabah non-aktif yang menggunakan aplikasi selama empat tahun ini tercatat 1,13% nasabah non-aktif ditahun 2016 dimana jumlah tersebut merupakan jumlah yang paling banyak walaupun ditahun berikutnya mengalami penurunan hingga 0,1%. Penurunan jumlah nasabah bank sampah berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan karena dengan sedikitnya jumlah nasabah maka sedikit juga jumlah transaksi yang dilakukan oleh perusahaan, hal ini dapat menjadi bahan pembahasan oleh perusahaan dalam memperbaiki layanan aplikasi *mySmash* untuk meningkatkan jumlah Nasabah Bank Sampah pada tahun yang akan datang.

2. Dasar Teori

2.1 Analisis Kebutuhan

Menurut Titcomb (2000) analisis kebutuhan merupakan bagian dari proses kebutuhan pengguna yang dapat menggamarkan masalah dari populasi target dan solusi yang mungkin untuk masalah tersebut. Analisis kebutuhan merupakan salah satu cara untuk mengetahui perbedaan antara kondisi yang diinginkan dengan kondisi eksisting. Philip Kotler (2002) mengatakan bahwa ada dua konsep dasar yang melandasi pemasaran, yaitu kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Manusia memiliki keinginan yang tidak terbatas sedangkan sumber daya yang tersedia untuk memenuhi keinginan tersebut sangat terbatas.

2.2 Voice of Customer

Voice of Customer istilah yang digunakan dalam dunia bisnis yang digunakan untuk menjabarkan proses yang mendalam yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami ekspektasi, preferensi, dan ketidaksukaan pelanggan ataupun penolakan dari seseorang pelanggan (Mazur, 1996).

2.3 Affinity Diagram

Affinity Diagram atau Diagram Afinitas salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis informasi kebutuhan suatu pelanggan yang dapat dilakukannya setelah penggalian VoC melalui *dept interview*.

2.4 Web Usability

Menurut Slabey dan Wahidin (2013), *webqual* adalah pengukuran kualitas dari sebuah website dari beberapa instrument-instrumen penelitian yang dapat dikategorikan ketiga variable yaitu : *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. *Webqual* dikembangkan pada tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi. Bardness & Vidgen (2002) mengemukakan pendapatnya bahwa *webqual* merupakan metode pengukuran kualitas berupa layanan dan informasi pada *website* dari sudut pandang pengguna. *Webqual* juga menggunakan analisis faktor untuk identifikasi pengelompokan pertanyaan dari tiga bidang penelitian.

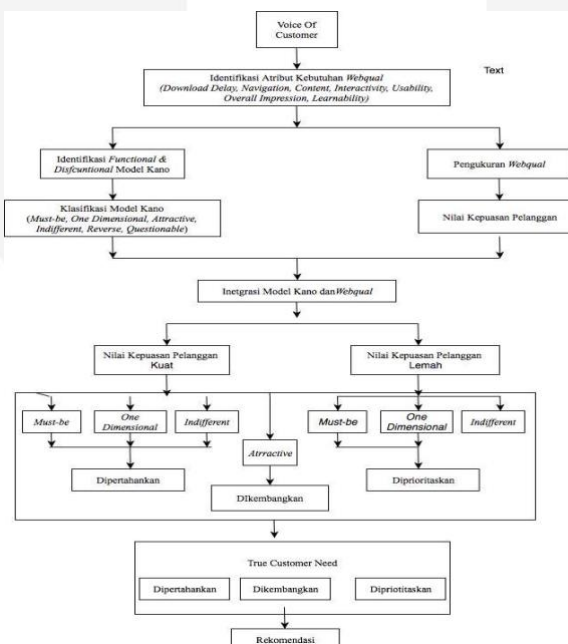
2.5 Model Kano

Model Kano adalah metode yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun layanan berdasarkan seberapa baik produk atau layanan tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Fungsi dari model Kano adalah untuk menentukan atribut dari suatu produk atau layanan yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan (Kano, 2000) :

1. *Must-be*
Must Be merupakan kebutuhan syarat dari sebuah produk. Apabila atribut ini terpenuhi maka pelanggan akan mendapatkan kepuasan, namun apabila atribut ini tidak terpenuhi maka akan berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan.
2. *One dimensional*
One dimensional Atribut ini akan memenuhi kebutuhan pelanggan secara linear terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat pemenuhan kepuasan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan, dan begitupun sebaliknya.
3. *Attractive*
Keberadaan atribut ini akan menambah tingkat kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan atribut must be. Ketidak hadirannya tidak akan berdampak terhadap kekecewaan pelanggan.
4. *Indifferent*
Merupakan atribut yang sulit dibedakan oleh customer terhadap kebutuhan customer itu sendiri. Atribut ini memiliki pengaruh yang lemah terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
5. *The Reverse*
Pada kategori ini, kepuasan pelanggan akan menurun dengan adanya pemenuhan terhadap suatu kebutuhan. Sebaliknya, pelanggan akan merasa puas jika atribut tersebut dihilangkan.
6. *Questionable*
Atribut ini menunjukkan salah satu kontradiksi dari jawaban yang diberikan customer sehingga masih dipertanyakan. Untuk menentukan kategori Kano tiap atribut dapat dilakukan dengan menggunakan *Blauth's formula* (Walden, 1993).

3. Metode Penelitian

Berikut merupakan metode konseptual penelitian :



Gambar 3.1 Model Konseptual

Gambar III.1 menunjukkan bagan untuk mendapatkan atribut kebutuhan yang didapatkan melalui *Voice Of Customer* dengan mencari variabel dari *Webqual* yang sesuai *Download delay, Navigation, Content, Interactivity, Usability, Overall Impression, dan learnability*. Model konseptual yang dijelaskan diawali dengan identifikasi atribut kebutuhan pada *webqual* melalui *Voice of Customer* dan dikelompokkan menjadi dimensi terpilih *Webqual*. Pada penelitian ini menggunakan dua jenis kuesioner yaitu kuesioner Model Kano dan kuesioner *webqual*. Perancangan kuesioner dilakukan sesuai dengan atribut-atribut yang telah diidentifikasi sebelumnya, dimana pada kuesioner *webqual* akan diidentifikasi nilai kepuasan pelanggan sehingga akan

diketahui juga atribut yang mempunyai nilai kuat dan nilai lemah. Kuesioner *Webqual* dirancang dengan tujuan untuk mengetahui harapan dan keinginan dosen terhadap aplikasi *mySmash* serta keadaan *existing* yang diterima pengguna aplikasi sehingga dapat diketahui gap antara ekspektasi dan kondisi *existing* aplikasi. Sedangkan untuk kuesioner Model Kano, pernyataan dalam kuesioner dibuat dalam pernyataan *functional* dan *disfunctional*. Hasil dari kuesioner Model Kano adalah atribut lemah dan kuat yang diklasifikasikan berdasarkan kategori kano yaitu *must-be*, *one dimensional*, *attractive*, *indifferent*, *reserve*, dan *questionale*. Hasil kuesioner *Webqual* dan Model Kano akan diintegrasikan untuk mendapatkan *True Customer Needs* (TCN).

4. Pembahasan

4.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan

Identifikasi atribut kebutuhan dilakukan melalui wawancara kepada nasabah Bank Sampah yang sedang atau pernah menggunakan aplikasi *mySmash* secara mendalam yang memiliki tujuan untuk mencari *Voice of Customer* (VoC) dalam menentukan kebutuhan dan keinginan nasabah Bank Sampah terhadap layanan penggunaan aplikasi *mySmash*. Pertanyaan wawancara yang dilakukan pada saat wawancara untuk mencari VoC yaitu berdasarkan studi literatur terkait dengan dimensi *webqual* yang digunakan penelitian ini.

4.2 Pengelompokan Dimensi *Webqual* dan Atribut Kebutuhan

Pengelompokan atribut kebutuhan berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan kepada nasabah Bank Sampah mengenai kualitas layanan penggunaan aplikasi *mySmash*. Atribut yang digunakan untuk setiap dimensi didapatkan melalui penelitian terdahulu dan menggunakan hasil VoC yang telah dilakukan. Dimensi ditentukan menggunakan diagram afinitas berdasarkan indikator yang telah dibuat pada masing-masing dimensi, yaitu dimensi *Download Delay*, *Navigation*, *Content*, *Interactivity*, *Usability*, *Accesbility*, *Learnability*, dan *Web Design*. Penentuan atribut kebutuhan ini selain dilakukan dengan cara hasil dari VoC melalui wawancara juga diperoleh dari studi literature yang dapat dilihat pada tabel IV.2

Tabel 4.1 Atribut Kebutuhan dan Dimensi *Webqual*

No	Dimensi	Atribut	Sumber
1	Download Delay	Kecepatan aplikasi dalam menampilkan data	VoC
		Kecepatan aplikasi dalam merespon masalah pelanggan	VoC
		Kecepatan aplikasi dalam memproses transaksi	VoC
2	Navigation	Kerapihan mengenai tata letak menu atau fitur sudah tersusun rapi	Voc, Palmer (2011)
		Kemudahan pengguna dalam melakukan pencarian data secara cepat	VoC, Palmer (2011), Oktriviani (2017)
		Kemudahan pengguna untuk mencari menu	VoC, Putri (2016)
		Ketersediaan informasi disetiap kategori menu dan sub menu pada aplikasi	VoC, Rohayati (2018)
3	Content	Kesesuaian isi konten informasi disetiap menu dan sub menu	VoC, Prayoga (2014), Putri (2016)
		Ketersediaan informasi yang <i>uptodate</i>	VoC, Prayoga (2014), Palmer (2002), Oktriviani (2017)
		Kelengkapan informasi data Bank Sampah pada aplikasi	VoC, Prayoga (2014), Palmer (2002)
		Kelengkapan mengenai data nasabah aplikasi <i>mySmash</i>	VoC
4	Interactivity	Ketersediaan saluran komunikasi antar nasabah	VoC
		Ketersediaan saluran komunikasi antara nasabah dan Bank Sampah	VoC
		Ketersediaan saluran komunikasi antara nasabah dengan <i>customer service</i>	VoC

Tabel 4.2 Atribut Kebutuhan dan Dimensi Webqual

No	Dimensi	Atribut	Sumber
5	Usability	Kemudahan dalam penggunaan sistem pada aplikasi <i>mySmash</i>	VoC, Joo (2011)
		kemudahan aplikasi untuk digunakan (<i>user friendly</i>)	VoC, Joo (2011)
		Kemudahan penggunaan fitur (transaksi dan penjemputan sampah)	Voc, Joo (2011)
		Menu dan sub menu yang tersedia (<i>user friendly</i>)	Voc, Joo (2011)
6	Accessibility	Kecepatan aplikasi dalam merespon permintaan user	VoC, Kumar (2011)
		Kesesuaian fungsi menu dan sub menu pada aplikasi <i>mySmash</i>	VoC, Kumar (2011)
		Kecepatan dalam proses permintaan data pada aplikasi <i>mySmash</i>	VoC, Kumar (2011)
7	Learnability	Bahasa yang digunakan pada aplikasi mudah untuk dipahami	VoC, Joo (2011), Putri (2016)
		Aplikasi mudah untuk digunakan saat pertama kali digunakan	VoC, Joo (2011)
		Kemudahan dalam memahami fungsi menu dan sub menu pada aplikasi	VoC, Joo (2011), Putri (2016)
8	Web Design	Gradasi warna yang digunakan pada aplikasi nyaman dilihat	VoC, Aisha (2015), Y.F (2004)
		Tampilan aplikasi yang menarik	VoC, Aisha (2015), Y.F (2004), Oktriviani (2017)

4.3 Pengelompokan Data Kuesioner

4.3.1 Kuesioner Wequal

Kuesioner *Web Usability* yang telah disebar dan dilakukan rekapitulasi kuesioner diolah untuk mendapatkan Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP). Perhitungan NKP dilakukan dengan menggunakan nilai gap yang dihasilkan dari selisih nilai antara tingkat kenyataan dan tingkat harapan yang dirasakan oleh responden kemudian dikalikan dengan nilai tingkat kepentingan. NKP akan menghasilkan nilai NKP positif dan negatif. Atribut yang memiliki nilai NKP positif termasuk atribut kuat dan NKP negative termasuk atribut lemah. Hasil pengolahan data kuesioner *Webqual* terdapat 17 atribut kuat dan 11 atribut lemah.

4.3.1 Kuesioner Model Kano

Pada kuesioner model Kano atribut yang dikategorikan dapat memuaskan atau tidak memuaskan bagi responden ke dalam kategori Kano. Jawaban responden terhadap kuesioner *functional* dan *dysfunctional* dikategorikan dengan *Blauth's Formula* untuk mengetahui klasifikasi atribut kebutuhan Kano dari setiap tanggapan responden. Hasil pengolahan data kuesioner Model Kano terdapat 8 atribut kebutuhan yang termasuk dalam kategori *Attractive* (A), 15 atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam kategori *Must-be* (M) dan 5 atribut kebutuhan yang termasuk ke dalam kategori *One Dimensional* (O).

4.4 Integrasi Webqual dan Model Kano

Setelah mengelompokkan atribut kuat dan atribut lemah berdasarkan perhitungan *webqual* dan pengkategorian atribut berdasarkan Model Kano, selanjutnya akan dilakukan integrasi pengolahan *webqual* dan Model Kano, sehingga menghasilkan atribut-atribut yang diprioritaskan untuk dipertahankan atau ditingkatkan. Hasil integrasi *webqual* dan model Kano dapat dilihat pada Tabel IV.18.

4.5 True Customer Needs

Tabel 4.3 True Customer Needs

No	Hasil Atribut Kebutuhan Melalui Hasil Wawancara	Kode	NKP	Lemah / Kuat	Kategori Kano	Rekomendasi
1	Kecepatan aplikasi <i>mySmash</i> dalam merespon masalah pelanggan	DDL 02	-0,05	Lemah	M	Diprioritaskan
2	Kecepatan aplikasi <i>mySmash</i> dalam memproses transaksi	DDL 03	0,03	Kuat	A	Dikembangkan
3	Kerapihan mengenai tata letak menu atau fitur sudah tersusun rapi	NAV 01	-0,17	Lemah	A	Dikembangkan
4	Kemudahan pengguna dalam melakukan pencarian data	NAV 02	-0,53	Lemah	M	Diprioritaskan
5	Ketersediaan informasi disetiap kategori menu dan sub menu pada aplikasi	NAV 04	0,61	Kuat	A	Dikembangkan
6	Ketersediaan informasi yang <i>uptodate</i>	CTN 02	-0,13	Lemah	M	Diprioritaskan
7	Kelengkapan informasi data Bank Sampah pada aplikasi <i>mySmash</i>	CTN 03	-0,05	Lemah	O	Diprioritaskan
8	Kelengkapan mengenai data nasabah aplikasi <i>mySmash</i>	CTN 04	-0,03	Lemah	M	Diprioritaskan
9	Ketersediaan saluran komunikasi antar nasabah	INTO 1	-0,08	Lemah	A	Dikembangkan
10	Ketersediaan saluran komunikasi antara nasabah dan Bank Sampah	INTO 2	-0,15	Lemah	M	Diprioritaskan
11	Ketersediaan saluran komunikasi antara nasabah dengan <i>customer service</i>	INTO 3	-0,05	Lemah	M	Diprioritaskan
12	Kemudahan dalam penggunaan sistem pada aplikasi <i>mySmash</i>	USA 01	0,94	Kuat	A	Dikembangkan
13	kemudahan aplikasi <i>mySmash</i> untuk digunakan	USA 02	-0,33	Lemah	O	Diprioritaskan

Tabel 4.4 True Customer Needs (Lanjutan)

No	Hasil Atribut Kebutuhan Melalui Hasil Wawancara	Kode	NKP	Lemah / Kuat	Kategori Kano	Rekomendasi
14	Kemudahan penggunaan fitur (transaksi dan penjemputan sampah)	USA03	-0,10	Lemah	M	Diprioritaskan
15	Menu dan sub menu yang tersedia user friendly	USA04	0,14	Kuat	A	Dikembangkan
16	Kecepatan aplikasi <i>mySmash</i> dalam merespon permintaan user	ACC01	-0,68	Lemah	A	Dikembangkan
17	Bahasa yang digunakan pada aplikasi mudah untuk dipahami	LEA02	-0,03	Lemah	M	Diprioritaskan
18	Gradasi warna yang digunakan pada aplikasi <i>mySmash</i> nyaman dilihat	WEB01	-0,14	Lemah	A	Dikembangkan
19	Tampilan aplikasi <i>mySmash</i> yang menarik	WEB02	-0,19	Lemah	M	Diprioritaskan
20	Layout pada aplikasi tersusun rapi	WEB03	-0,23	Lemah	O	Diprioritaskan
21	Kesesuaian <i>content</i> seperti logo, gambar dan ilustrasi pada aplikasi <i>mySmash</i>	WEB04	-0,36	Lemah	M	Diprioritaskan

5. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat 28 atribut kebutuhan pengguna layanan aplikasi *mySmash* yang dapat diidentifikasi berdasarkan dimensi *Download Delay*, *Navigation*, *Content*, *Interativity*, *Usability*, *Accessibility*, *Learnability*, *Web Design*. Dari total 28 atribut terdapat tiga atribut *Download Delay*, empat atribut *Navigation*, empat atribut *Content*, tiga atribut *Interativity*, empat atribut *Usability*, tiga atribut *Accessibility*, tiga atribut *Learnability*, dan empat atribut *Web Design* dengan klasifikasi 11 atribut yang tergolong ke dalam atribut kuat dan 17 atribut yang tergolong ke dalam atribut lemah.
2. Berdasarkan hasil atribut kebutuhan penggunaan layanan aplikasi *mySmash* pada Model Kano yaitu terdapat delapan yang termasuk ke dalam kategori *Attractive*, lima belas yang termasuk ke dalam kategori *Must-be*, dan lima yang termasuk ke dalam kategori *One Dimensional*.
3. Berdasarkan hasil dari integrasi dimensi *Webqual* dan Model Kano, didapatkan tujuh atribut yang harus dipertahankan, tiga belas atribut yang diprioritaskan, dan delapan atribut yang harus dikembangkan.
4. Berdasarkan hasil pengolahan data dari integrasi *Webqual* dan Model Kano, dihasilkan sebanyak 21 atribut *True Customer Needs* yang terpilih untuk dilakukannya *improvement* atau *development*, antara lain yaitu Kecepatan aplikasi *mySmash* dalam merespon masalah pelanggan (DDL02), Kecepatan aplikasi *mySmash* dalam memproses transaksi (DDL03), Kerapian mengenai tata letak menu atau fitur sudah tersusun rapi (NAV-1), Kemudahan pengguna dalam melakukan pencarian data (NAV02), Ketersediaan informasi disetiap kategori menu dan sub menu pada aplikasi (NAV03), Ketersediaan informasi yang up to date (CTN02), Kelengkapan informasi data Bank Sampah pada aplikasi *mySmash* (CTN03), Kelengkapan mengenai data nasabah aplikasi *mySmash* (CTN04), Ketersediaan saluran komunikasi antar nasabah (INT01), Ketersediaan saluran komunikasi antara nasabah dan Bank Sampah (INT02), Ketersediaan saluran komunikasi antara nasabah dengan customer service (INT03), Kemudahan dalam penggunaan sistem pada aplikasi *mySmash* (USA01), Kemudahan aplikasi *mySmash* untuk digunakan (USA01), Kemudahan penggunaan fitur (transaksi dan penjemputan sampah) (USA03), Menu dan sub menu yang tersedia user friendly (USA04), Kecepatan aplikasi *mySmash* dalam merespon permintaan user (ACC01), Bahasa yang digunakan pada aplikasi mudah untuk dipahami (LEA02), Gradasi warna yang digunakan pada aplikasi *mySmash* nyaman dilihat (WEB01), Tampilan aplikasi *mySmash* yang menarik (WEB02), Layout pada aplikasi tersusun rapi (WEB03), Kesesuaian *content* seperti logo, gambar dan ilustrasi pada aplikasi *mySmash* (WEB04).