

Evaluasi Aspek *Novelty* dan *Explanation* Sistem Rekomendasi dengan Berpusat pada Pengguna di Platform *E-Commerce* Indonesia Berdasarkan *Perceived Usefulness*

Andi Uswatun Hasanah¹, Dana Sulistyio Kusumo²

^{1,2}Fakultas Informatika, Universitas Telkom, Bandung

¹andiucha@student.telkomuniversity.ac.id, ²danakusumo@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Dalam *e-commerce*, sistem rekomendasi telah banyak digunakan untuk membantu pelanggan memilih barang mana yang akan dibeli. Menjaga keakuratan rekomendasi bagi pengguna selalu menjadi topik utama dalam penelitian sistem rekomendasi. Namun, rekomendasi yang terkadang sangat akurat bukanlah rekomendasi yang paling berguna bagi pengguna. Di antara banyak aspek, *novelty* menjadi komponen yang lebih umum dalam praktik evaluasi, dan *explanation* dapat memainkan peran yang berguna. Selain itu, beberapa peneliti menyarankan untuk mempelajari sistem rekomendasi dari perspektif yang berpusat pada pengguna. Penelitian ini melakukan evaluasi yang berpusat pada pengguna untuk menguji pengaruh *novelty* dan *explanation* terhadap aspek *perceived usefulness* menggunakan pendekatan *within-subject design*. Selama *within-subject design*, partisipan diperlihatkan dua desain daftar rekomendasi dari masing-masing aspek. Terdapat empat desain dalam penelitian ini, kemudian partisipan mengevaluasi desain tersebut. Hasil evaluasi yang berpusat pada pengguna dianalisis menggunakan wilcoxon test. Hasil wilcoxon test menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kedua skenario kebaruan terhadap persepsi manfaat. Di sisi lain, terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua skenario penjelasan mengenai manfaat yang dirasakan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kedua skenario novel berguna dari sudut pandang pengguna. Sebaliknya, salah satu dari dua skenario *explanation* mempunyai pengaruh yang lebih baik terhadap aspek *perceived usefulness* dan lebih bermanfaat berdasarkan sudut pandang pengguna.

Kata kunci: sistem rekomendasi, *user-centric evaluation*, rekomendasi *e-commerce*, *novelty*, *explanation*, *perceived usefulness*