Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 4, Nomor 10, October 2026, P. 1-11 -
e-ISSN: 2986-6340
Licensed by Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23449704

Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna ChatGPT dan Google Gemini Pada Mahasiswa Jakarta Menggunakan Metode UEQ

A Comparative Analysis of ChatGPT and Google Gemini User Experience Among University Students in Jakarta Using the User Experience Questionnaire (UEQ) Method

Yhunita Chandra*[1], Firmansyah[2]
Fakultas: Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika.
e-mail: [1] 17220249@bsi.ac.id , [2] firmansyah.fmy@bsi.ac.id

Abstrak

Perkembangan *Artificial Intelligence (AI)* generatif telah mengubah cara pengguna berinteraksi dengan teknologi digital, termasuk melalui platform ChatGPT dan Google Gemini. Seiring meningkatnya pemanfaatan kedua platform tersebut, evaluasi *User Experience* (UX) menjadi penting untuk mengetahui kualitas pengalaman pengguna secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan membandingkan pengalaman pengguna ChatGPT dan Google Gemini berdasarkan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode komparatif (*Comparative Research*). Data dikumpulkan melalui studi literatur dan kuesioner terhadap mahasiswa di Jakarta yang menggunakan ChatGPT dan Google Gemini, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang atau lebih. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS dan UEQ Data Analysis Tool yang mencakup enam dimensi, yaitu *Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation*, dan *Novelty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi ChatGPT dan Google Gemini memperoleh nilai positif. ChatGPT memperoleh skor berturut-turut sebesar 1,737; 1,628; 1,563; 1,368; 1,563; dan 1,005. Sementara itu, Google Gemini memperoleh skor 1,730; 1,695; 1,733; 1,533; 1,605; dan 1,268. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa Google Gemini unggul pada lima dimensi, sedangkan ChatGPT unggul pada Attractiveness. Dengan demikian, Google Gemini memiliki pengalaman pengguna yang lebih baik secara keseluruhan pada sebagian besar dimensi UEQ.
Kata Kunci: *Artificial Intelligence, ChatGPT, Google Gemini*

Abstract

The development of generative Artificial Intelligence (AI) has transformed the way users interact with digital technologies, particularly through platforms such as ChatGPT and Google Gemini. As the utilization of these platforms continues to increase, evaluating User Experience (UX) is important to assess the overall quality of user interaction. This study aims to compare the user experience of ChatGPT and Google Gemini using the User Experience Questionnaire (UEQ). A quantitative approach with a comparative research method was employed. Data were collected through a literature review and questionnaires administered to university students in Jakarta who use both ChatGPT and Google Gemini, with at least 100 respondents. Data analysis was conducted using IBM SPSS and the UEQ Data Analysis Tool based on six dimensions: Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, and Novelty. The results indicate that all dimensions of both platforms received positive evaluations. ChatGPT obtained mean scores of 1.737, 1.628, 1.563, 1.368, 1.563, and 1.005, respectively. Meanwhile, Google Gemini obtained scores of 1.730, 1.695, 1.733, 1.533, 1.605, and 1.268. The comparison shows that Google Gemini outperformed ChatGPT in five dimensions, while ChatGPT achieved a slightly higher score in Attractiveness. Therefore, Google Gemini demonstrated better overall user experience across most UEQ dimensions.
***Keywords**: Artificial Intelligence, ChatGPT, Google Gemini*

Article Info:
Received date: 20 September 2026 Revised date: 25 September 2026 Accepted date: 30 September 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah AI generatif, yaitu teknologi yang mampu menghasilkan konten seperti teks, gambar, dan audio secara otomatis. Kehadiran model bahasa besar mendorong perubahan cara manusia berinteraksi dengan sistem digital. Platform seperti ChatGPT

dari OpenAI dan Google Gemini menjadi contoh utama perkembangan ini, karena keduanya mampu memberikan respon interaktif dan membantu berbagai kebutuhan pengguna secara cepat (Banh & Strobel, 2023).

Kemunculan ChatGPT yang diluncurkan oleh OpenAI pada November 2022 menjadi tonggak bersejarah dalam AI generatif, dimana platform tersebut berhasil menarik lebih dari 100 juta penggunanya dalam dua bulan pertama peluncurannya, menjadikannya aplikasi konsumen dengan pertumbuhan pengguna tercepat sepanjang masa. Setelah menjadi produk tercepat yang mencapai 100 juta pengguna aktif mingguan pada tahun 2023, ChatGPT terus mempertahankan adopsi yang masif dengan estimasi 800 hingga 900 juta pengguna aktif mingguan di berbagai platfrom (Wang et al., 2024).

Tidak berselang lama, Google merespon dominasi tersebut dengan meluncurkan Bard yang yang kemudian diganti nama menjadi Gemini, sebuah platform AI multimodal yang mampu memproses tidak hanya teks tetapi juga suara dan gambar. Google memperkenalkan Bard yang kini dikenal sebagai Gemini sebagai chatbot berbasis AI yang mampu berinteraksi tidak hanya dengan teks, tetapi juga suara dan gambar. Yang awalnya berbasis keluarga model LaMDA sebelum kemudian bertransformasi menjadi Gemini dengan fitur-fitur yang lebih canggih (Waisberg et al., 2024).

Persaingan antara dua *platform* AI generatif terkemuka ini telah mendorong inovasi yang berkelanjutan, sehingga keduanya menjadi objek yang relavan untuk diteliti secara ilmiah guna memahami karakteristik dan kinerja masing-masing dalam konteks penggunaan nyata. Kajian komparatif terhadap kedua platform ini menjadi semakin mendesak mengingat posisi keduanya sebagai pemimpin pasar dalam segmen AI generatif berbasis percakapan di tingkat global.

Tingkat penggunaan AI generatif terus meningkat secara global. ChatGPT menjadi salah satu platform dengan pengguna terbanyak dan telah digunakan di berbagai negara. Indonesia termasuk dalam kategori negara dengan tingkat adopsi yang tinggi. Banyak pengguna mulai memanfaatkan AI dalam aktivitas sehari-hari, terutama dalam bidang pendidikan dan pekerjaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi AI sudah menjadi bagian dari ekosistem digital yang terus berkembang.

Di Indonesia, khususnya di Kota Jakarta, mahasiswa/i menjadi kelompok yang aktif menggunakan AI generatif. Mereka memanfaatkan *platform* seperti ChatGPT, dan Google Gemini untuk mencari informasi, menyusun tugas, merangkum materi, dan mendukung proses belajar. Tinggi intensitas penggunaan ini menunjukkan bahwa AI tidak hanya digunakan sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi bagian penting dalam aktivitas akademik mahasiswa.

Meskipun penggunaan AI semakin luas, kualitas pengalaman pengguna menjadi faktor yang perlu diperhatikan. *User Experience* berperan penting dalam menentukan kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan pengguna saat menggunakan suatu sistem. Platform yang mudah digunakan dan memiliki tampilan yang jelas cenderung lebih disukai dan digunakan secara berkelanjutan. Sebaliknya, jika sistem sulit dipahami atau tidak efisien, maka kepuasan pengguna akan menurun (Lewis & Sauro, 2024).

Oleh karena itu, evaluasi *User Experience* menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Untuk mengukur pengalaman pengguna, diperlukan metode yang tepat dan terstandarisasi. Salah satu metode yang banyak digunakan adalah *User Experience Questionnaire* (UEQ). Metode ini mampu mengukur enam aspek utama Daya Tarik (*Attractiveness*), Kejelasan (*Perspicuity*), Efisiensi (*Efficiency*), Ketepatan (*Dependability*), Stimulasi (*Stimulation*), Kebaruan (*Novelty*). Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai kualitas pengalaman pengguna terhadap suatu sistem digital.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya terkait *User Experience* yang dilakukan oleh (Luthfi et al., 2025), (Aditya & Muharrom, 2024), (Nugroho & Lestyowati, 2020), (Pangentasan & Maria, 2023) untuk mengetahui pengalaman pengguna ChatGPT dengan menggunakan metode PIECES, yang menghasilkan kesimpulan bahwa kepuasan pengguna ChatGPT tergolong baik berdasarkan metode PIECES. Namun, penelitian tersebut hanya berfokus pada kepuasan dan belum mengkaji *User*

Experience secara menyeluruh, seperti aspek emosional dan daya tarik. Selain itu, penggunaan metode dan jumlah responden yang terbatas membuat hasil kurang komprehensif dan sulit di generalisasi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dengan metode berbeda seperti UEQ dan melibatkan responden yang lebih beragam agar hasil lebih mendalam dan representatif.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan prosedur sistematis yang digunakan untuk memperoleh data, mengolah data, serta menghasilkan temuan penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2022), (Kosmützky & Diogo, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode komparatif (*Comparative Research*) untuk membandingkan pengalaman pengguna (*User Experience*) antara ChatGPT dan Google Gemini pada mahasiswa di Jakarta yang merupakan pengguna aktif *Artificial Intelligence* (AI). Metode Pengumpulan data dan metode analisis data yang disusun seperti diagram dibawah ini.

Tahapan Penelitian disusun secara sistematis agar proses penelitian berjalan terarah dan menghasilkan data yang valid. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan meliputi tahapan Identifikasi Masalah yang Merupakan tahap awal penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi fenomena meningkatnya penggunaan chatbot AI generatif, khususnya ChatGPT dan Google Gemini, dalam aktivitas akademik mahasiswa. Identifikasi masalah dilakukan melalui studi literatur, observasi fenomena penggunaan AI, serta analisis terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan User Experience I dan Chatbot AI. Pada tahap studi literatu dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi ilmiah yang relavan berupa jurnal nasional, jurnal internasional, buku yang berkaitan dengan *Artificial Intelligence*, ChatGPT, Google Gemini, *User Experience*, dan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Studi literatur digunakan sebagai landasan teoritis dalam penyusunan penelitian. Pada tahap Perumusan Masalah dan Hipotesis, dirumuskan permasalahan penelitian serta hipotesis yang akan diuji. Hipotesis penelitian difokuskan pada perbedaan pengalaman pengguna antara ChatGPT dan Google Gemini berdasarkan enam dimensi UEQ. Instrumen penelitian berupa kuesioner UEQ disusun berdasarkan standar resmi UEQ yang terdiri atas 26 pasangan atribut bipolar yang mewakili enam dimensi *User Experience*. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada mahasiswa di Jakarta yang telah menggunakan ChatGPT dan Google Gemini. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan perangkat lunak statisik seperti SPSS. SPSS digunakan untuk analisis deskriptif karakteristik responden, dan analisis UEQ data menggunakan *Analysis Tool*, serta benchmark UEQ. Hasil analisis diinterpretasikan untuk mengetahui *platform* mana yang memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik berdasarkan dimensi UEQ. Tahap terakhir yang dilakukan dengan menyusun kesimpulan penelitian serta memberikan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

Keberhasilan suatu penelitian sangat dipengaruhi oleh kualitas instrumen yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Instrumen penelitian berperan sebagai sarana untuk memperoleh informasi yang relevan sehingga permasalahan penelitian dapat dianalisis dan dijawab secara tepat. Oleh karena itu, pemilihan instrumen yang sesuai menjadi aspek penting dalam menjamin validitas dan reliabilitas data yang diperoleh. Pada penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dari responden.

Penggunaan kuesioner dipilih karena mampu menjangkau responden secara efektif serta memudahkan proses pengolahan data. Data yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Rancangan kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan dimensi-dimensi yang terdapat pada metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Setiap butir pertanyaan dirancang untuk mengukur persepsi pengguna terhadap pengalaman penggunaan sistem yang diteliti.

Dimensi yang diukur meliputi *Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability,*

Stimulation, dan *Novelty*. Masing-masing dimensi direpresentasikan melalui indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam instrumen UEQ. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan mengacu pada pedoman standar UEQ agar hasil pengukuran dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun rancangan kuesioner yang digunakan sebagai indikator pada setiap dimensi UEQ disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. Dimensi UEQ

Dimensi	**Jumlah Item**	**Kategori**
Attractiveness	6	Kesan Keseluruhan
Perspecuity	4	*Pragmatic Quality*
Efficiency	4	*Pragmatic Quality*
Dependability	4	*Pragmatic Quality*
Stimulation	4	*Hedonic Quality*
Novelty	4	*Hedonic Quality*

Skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential* tujuh poin dengan rentang:

Tabel 2. Skala *Semantic Differential*

Poin	**Indikator**
-3	Sangat Negatif
-2	Negatif
-1	Agak Negatif
0	Netral
1	Agak Positif
2	Positif
3	Sangat Positif
Poin	**Indikator**

Skala *Semantic differential* merupakan skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun cheklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis atau sebaliknya. Kedua ujung skala tersebut memuat kata bersifat antonim (misalnya, jelek-cantik, mudah-sulit).

Metode pengumpulan data memegang peranan krusial dalam memecahkan permasalahan penelitian, sehingga data yang dihimpun wajib memenuhi standar akurasi dan reliabilitas yang tinggi. Guna mencapai tujuan tersebut, proses pengumpulan data dalam penelitian ini menerapkan dua teknik, yaitu studi literatur dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Jakarta yang pernah menggunakan ChatGPT dan Google Gemini dalam aktivitas akademik maupun non-akademik. jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 96 responden. Untuk meningkatkan tingkat representativitas data dan mengantisipasi adanya data yang tidak valid, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden atau lebih. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan IBM SPSS dan UEQ Data Analysis Tool. IBM SPSS digunakan untuk menganalisis deskriptif data responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, sedangkan UEQ Data *Analysis Tool* digunakan untuk menganalisis pengalaman pengguna berdasarkan kerangka *User Experience Questionnaire* (UEQ). Penggunaan kedua perangkat lunak tersebut bertujuan untuk menghasilkan proses analisis yang sistematis, objektif, dan akurat. Data yang telah terkumpul kemudian diolah melalui beberapa tahapan pengujian sesuai dengan kebutuhan penelitian.

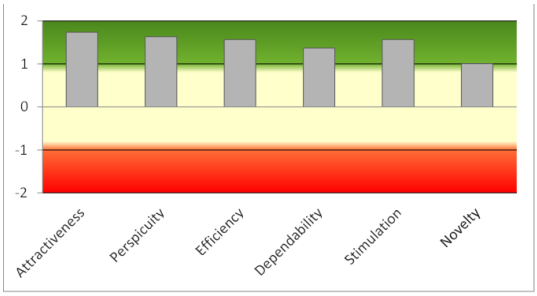
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil perhitungan skala UEQ dari Ke-enam dimensi seperti, *Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation*, dan *Novelty*.

Tabel 3. Skala UEQ setiap variabel ChatGPT

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	1,737	0,78
Perspicuity	1,628	0,77
Efficiency	1,563	1,04
Dependability	1,368	0,87
Stimulation	1,563	0,90
Novelty	1,005	0,98

Berdasarkan keseluruhan hasil perhitungan, dapat disimpulkan bahwa ChatGPT mampu memberikan pengalaman pengguna yang positif pada seluruh dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).



Sumber: UEQ Data *Analysis Tools*

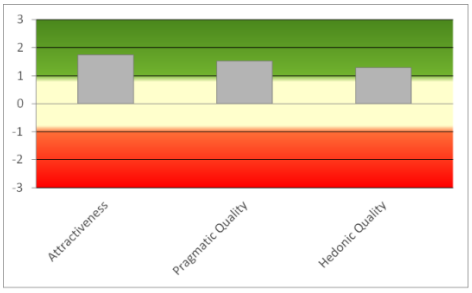
Gambar 2. Grafik skala UEQ setiap variabel ChatGPT

Tabel 4. Skala UEQ berdasarkan pengelompokan ChatGPT

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	1,74
Pragmatic Quality	1,52
Hedonic Quality	1,28

Berdasarkan Tabel 4, hasil pengelompokan *User Experience Questionnaire* (UEQ) menunjukkan bahwa seluruh aspek penilaian ChatGPT memperoleh skor di atas 0,8 sehingga termasuk dalam kategori evaluasi positif. Aspek *Attractiveness* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 1,74, yang menunjukkan bahwa pengguna memiliki kesan umum yang sangat baik terhadap ChatGPT. Selanjutnya, *Pragmatic Quality* memperoleh nilai rata-rata sebesar 1,52, sedangkan *Hedonic Quality* memperoleh nilai sebesar 1,28.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa ChatGPT dinilai mudah dipahami, efisien digunakan, serta mampu memberikan pengalaman penggunaan yang menarik. Meskipun *Hedonic Quality* memperoleh nilai paling rendah dibandingkan aspek lainnya, skor tersebut tetap menunjukkan persepsi positif dari pengguna. Dengan demikian, ChatGPT mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik dari aspek fungsional maupun emosional.



Sumber: UEQ Data *Analysis Tools*

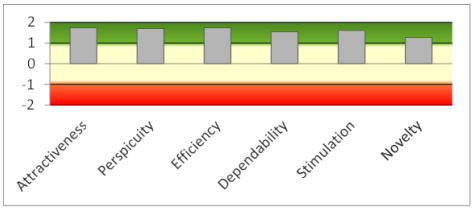
Gambar 3. Grafik skala UEQ setiap variabel ChatGPT

Berikut hasil perhitungan skala UEQ dari Ke-enam dimensi seperti, *Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation,* dan *Novelty*.

Tabel 5. Skala UEQ setiap variabel Google Gemini

Pragmatic and Hedonic Quality		
Attractiveness	1,730	0,88
Perspicuity	1,695	0,90
Efficiency	1,733	0,81
Dependability	1,533	0,85
Stimulation	1,605	0,90
Novelty	1,268	1,13

Berdasarkan Tabel 5, hasil perhitungan User Experience Questionnaire (UEQ) menunjukkan bahwa seluruh dimensi pada Google Gemini memperoleh nilai rata-rata di atas 0,8. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna terhadap Google Gemini berada pada kategori positif pada seluruh dimensi UEQ. Dimensi Efficiency memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 1,733, diikuti oleh Attractiveness sebesar 1,730 dan Perspicuity sebesar 1,695. Selanjutnya, dimensi Stimulation memperoleh nilai sebesar 1,605, sedangkan *Dependability* memperoleh nilai sebesar 1,533. Dimensi *Novelty* memperoleh nilai rata-rata sebesar 1,268, namun tetap termasuk dalam kategori evaluasi positif. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa Google Gemini mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik berdasarkan enam dimensi UEQ.



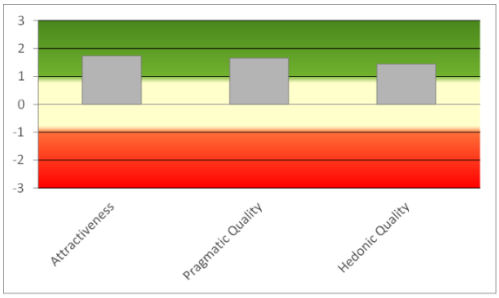
Sumber: UEQ Data *Analysis Tools*

Gambar 4. Grafik skala UEQ setiap variabel Google Gemini

Tabel 6. Skala UEQ berdasarkan pengelompokan Google Gemini

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	1,73
Pragmatic Quality	1,65
Hedonic Quality	1,44

Berdasarkan Tabel 6, hasil pengelompokan skor UEQ menunjukkan bahwa nilai *Attractiveness* Google Gemini sebesar 1,73. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengguna memberikan kesan umum yang positif terhadap pengalaman menggunakan Google Gemini. Sementara itu, nilai *Pragmatic Quality* sebesar 1,65 menunjukkan bahwa Google Gemini dinilai mudah dipahami, efisien digunakan, serta mampu membantu pengguna dalam menyelesaikan berbagai kebutuhan. Selain itu, Hedonic Quality memperoleh nilai sebesar 1,44 yang menunjukkan bahwa Google Gemini mampu memberikan pengalaman penggunaan yang menarik, inovatif, serta mampu meningkatkan ketertarikan pengguna selama berinteraksi dengan sistem. Seluruh aspek pengelompokan UEQ berada pada kategori evaluasi positif karena memiliki skor di atas 0,8.



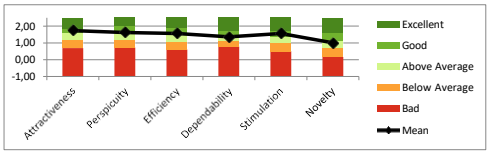
Sumber: UEQ Data *Analysis Tools*

Gambar 5. Grafik skala UEQ setiap variabel Google Gemini

Tabel 7. *Benchmark* ChatGPT

Scale	***Mean***	***Comparisson to benchmark***	***Interpretation***
Attracktiveness	*1,74*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Perspicuity	*1,63*	*Above Average*	*25% of results better, 50% of results worse*
Efficiency	*1,56*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Dependability	*1,37*	*Good Average*	*25% of results better, 50% of results worse*
Stimulation	*1,56*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Novelty	*1,01*	*Good Average*	*25% of results better, 50% of results worse*

Berdasarkan Tabel 7, hasil *benchmark User Experience Questionnaire* (UEQ) menunjukkan bahwa sebagian besar dimensi ChatGPT memperoleh kategori *Good* dan *Above Average*. Dimensi *Attractiveness, Efficiency*, dan *Stimulation* berada pada kategori *Good*, sedangkan *Perspicuity, Dependability*, dan *Novelty* memperoleh kategori *Above Average*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna ChatGPT berada di atas rata-rata dibandingkan berbagai produk yang terdapat dalam database *benchmark* UEQ. Kategori *Good* menunjukkan bahwa hanya sekitar 10% produk yang memiliki nilai lebih tinggi, sedangkan sekitar 75% produk memperoleh nilai yang lebih rendah. Sementara itu, kategori *Above Average* menunjukkan bahwa sekitar 25% produk memiliki nilai lebih tinggi dan sekitar 50% produk memperoleh nilai yang lebih rendah. Dengan demikian, ChatGPT memiliki kualitas *User Experience* yang tergolong baik berdasarkan standar *benchmark* UEQ.



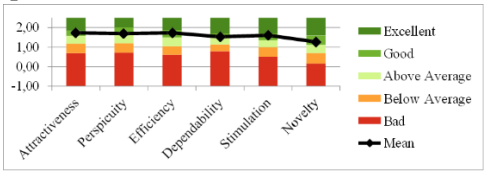
Sumber: UEQ Data *Analysis Tools*

Gambar 6. Diagram Benchmark ChatGPT

Tabel 8. Hasil *Benchmark Google Gemini*

Scale	***Mean***	***Comparisson to benchmark***	***Interpretation***
Attracktiveness	*1,73*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Perspicuity	*1,70*	*Above Average*	*25% of results better, 50% of results worse*
Efficiency	*1,73*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Dependability	*1,53*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Stimulation	*1,61*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*
Novelty	*1,27*	*Good*	*10% of results better, 75% of results worse*

Berdasarkan Tabel 8, hasil benchmark User Experience Questionnaire (UEQ) menunjukkan bahwa Google Gemini memperoleh kategori Good pada sebagian besar dimensi yang diukur. Dimensi *Attractiveness, Efficiency, Dependability, Stimulation*, dan *Novelty* berada pada kategori Good, sedangkan dimensi *Perspicuity* memperoleh kategori *Above Average.* Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna Google Gemini berada pada tingkat yang baik dibandingkan produk-produk yang terdapat dalam database benchmark UEQ. Kategori *Good* menunjukkan bahwa hanya sekitar 10% produk yang memiliki hasil lebih tinggi, sedangkan sekitar 75% produk memperoleh hasil yang lebih rendah. Dengan demikian, sebagian besar aspek pengalaman pengguna Google Gemini berada pada kategori yang kompetitif berdasarkan standar evaluasi UEQ.



Sumber: UEQ Data *Analysis Tools*

Gambar 7. Diagram Benchmark Google Gemini

Tabel 9. Hasil Perbandingan

Dimensi	**ChatGPT**	**Google Gemini**	**Lebih Unggul**
Attracktiveness	1,737	1,730	ChatGPT
Perspicuity	1,628	1,695	Google Gemini
Efficiency	1,563	1,733	Google Gemini
Dependability	1,368	1,533	Google Gemini
Stimulation	1,563	1,605	Google Gemini
Novelty	1,005	1,268	Google Gemini

Berdasarkan hasil perbandingan nilai rata-rata setiap dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ), diperoleh perbedaan tingkat pengalaman pengguna antara ChatGPT dan Google Gemini. Hasil analisis menunjukkan bahwa ChatGPT hanya memperoleh nilai tertinggi pada dimensi *Attractiveness* dengan skor sebesar 1,737, sedangkan Google Gemini memperoleh skor 1,730. Meskipun selisih kedua nilai tersebut relatif kecil, hasil ini mengindikasikan bahwa pengguna memberikan penilaian yang sedikit lebih baik terhadap daya tarik keseluruhan ChatGPT. Dimensi Attractiveness menggambarkan kesan umum pengguna setelah berinteraksi dengan suatu sistem, sehingga skor tersebut menunjukkan bahwa ChatGPT dinilai lebih mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan secara keseluruhan dibandingkan Google Gemini.

Pada dimensi *Perspicuity*, Google Gemini memperoleh skor 1,695, lebih tinggi dibandingkan

ChatGPT yang memperoleh skor 1,628. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Google Gemini dinilai lebih mudah dipahami serta lebih cepat dipelajari oleh pengguna pada saat pertama kali digunakan. Kemudahan dalam mengenali fungsi dan memahami cara penggunaan menjadi faktor yang berkontribusi terhadap tingginya penilaian pada dimensi ini. Dengan demikian, antarmuka dan mekanisme interaksi yang dimiliki Google Gemini dianggap lebih intuitif sehingga pengguna dapat beradaptasi dengan lebih cepat dibandingkan saat menggunakan ChatGPT.

Hasil perbandingan pada dimensi *Efficiency* juga menunjukkan keunggulan Google Gemini dengan skor 1,733, sedangkan ChatGPT memperoleh skor 1,563. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa Google Gemini dinilai lebih efisien dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas maupun memperoleh informasi yang dibutuhkan. Efisiensi tersebut dapat dipengaruhi oleh kecepatan respons, kemudahan penyelesaian tugas, serta efektivitas proses interaksi selama penggunaan sistem. Oleh karena itu, Google Gemini mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih optimal pada aspek efisiensi dibandingkan ChatGPT berdasarkan hasil evaluasi responden.

Pada dimensi *Dependability*, Google Gemini kembali memperoleh skor yang lebih tinggi, yaitu 1,533, sedangkan ChatGPT memperoleh skor 1,368. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap Google Gemini lebih baik dibandingkan ChatGPT. Dimensi *Dependability* berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap konsistensi sistem, rasa aman selama penggunaan, serta kemampuan sistem dalam memberikan kendali kepada pengguna. Skor yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa Google Gemini dinilai lebih stabil dan dapat diandalkan ketika digunakan untuk mendukung aktivitas pengguna dalam memperoleh informasi maupun menyelesaikan berbagai kebutuhan.

Keunggulan Google Gemini juga terlihat pada dimensi *Stimulation* dengan skor 1,605, sementara ChatGPT memperoleh skor 1,563. Meskipun perbedaan nilainya tidak terlalu besar, hasil tersebut menunjukkan bahwa Google Gemini lebih mampu memberikan pengalaman yang menarik dan memotivasi pengguna untuk terus berinteraksi dengan sistem. Dimensi ini mencerminkan tingkat antusiasme serta kenyamanan pengguna selama menggunakan aplikasi. Oleh sebab itu, Google Gemini dinilai sedikit lebih berhasil dalam menciptakan pengalaman interaktif yang mampu mempertahankan minat pengguna dibandingkan ChatGPT.

Perbedaan yang paling jelas terlihat pada dimensi *Novelty*, di mana Google Gemini memperoleh skor 1,268, sedangkan ChatGPT hanya memperoleh skor 1,005. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Google Gemini dipersepsikan memiliki tingkat inovasi dan kreativitas yang lebih tinggi oleh responden. Dimensi *Novelty* berkaitan dengan kesan kebaruan, keunikan, serta kemampuan sistem dalam menghadirkan pengalaman yang berbeda dari aplikasi sejenis. Berdasarkan hasil tersebut, Google Gemini dinilai lebih unggul dalam memberikan kesan inovatif sehingga mampu meningkatkan persepsi positif pengguna terhadap pengalaman penggunaan secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil perbandingan menunjukkan bahwa Google Gemini lebih unggul pada lima dari enam dimensi UEQ, yaitu *Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation*, dan *Novelty*. Sementara itu, ChatGPT hanya unggul pada dimensi *Attractiveness* dengan selisih nilai yang relatif kecil. Temuan ini mengindikasikan bahwa Google Gemini mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik pada sebagian besar aspek pragmatis maupun hedonis yang diukur menggunakan UEQ. Dengan demikian, berdasarkan rata-rata skor setiap dimensi, Google Gemini dapat dinilai memiliki kualitas pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan ChatGPT dalam konteks penelitian ini.

SIMPULAN

Hasil pengukuran *User Experience ChatGPT* menunjukkan bahwa seluruh dimensi UEQ memperoleh nilai rata-rata positif, yaitu Attractiveness sebesar 1,737, Perspicuity sebesar 1,628, *Efficiency* sebesar 1,563, *Dependability* sebesar 1,368, Stimulation sebesar 1,563, dan *Novelty* sebesar 1,005. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ChatGPT mampu memberikan pengalaman pengguna yang

baik pada seluruh dimensi yang diukur. Berdasarkan hasil benchmark UEQ, dimensi *Attractiveness, Perspicuity, Efficiency*, dan Stimulation termasuk kategori Excellent, sedangkan dimensi *Dependability* dan *Novelty* berada pada kategori Good. Hasil pengukuran *User Experience Google Gemini* juga menunjukkan nilai rata-rata positif pada seluruh dimensi UEQ, yaitu *Attractiveness* sebesar 1,730, *Perspicuity* sebesar 1,695, *Efficiency* sebesar 1,733, *Dependability* sebesar 1,533, Stimulation sebesar 1,605, dan *Novelty* sebesar 1,268. Berdasarkan hasil benchmark UEQ, dimensi *Attractiveness, Perspicuity, Efficiency*, dan *Stimulation* berada pada kategori *Excellent*, sedangkan dimensi *Dependability* dan *Novelty* termasuk kategori Good.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa Google Gemini juga mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik pada seluruh aspek yang diukur. Hasil perbandingan *User Experience* antara ChatGPT dan Google Gemini menunjukan bahwa Google Gemini memperoleh nilai rata-rata yang lebih tinggi pada lima dimensi UEQ, yaitu *Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation*, dan *Novelty*. Sementara itu, ChatGPT hanya memperoleh nilai rata-rata yang lebih tinggi pada dimensi Attractiveness dengan selisih yang relatif kecil. Berdasarkan hasil perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Google Gemini memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan ChatGPT pada sebagian besar dimensi UEQ, sedangkan ChatGPT lebih unggul pada aspek daya tarik (*Attractiveness*). Dengan demikian, tujuan penelitian untuk membandingkan *User Experience* kedua platform telah tercapai dan memberikan gambaran mengenai kelebihan masing-masing platform berdasarkan persepsi pengguna.

Berdasarkan temuan penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi maupun wilayah yang berbeda sehingga hasil penelitian memiliki tingkat representativitas dan generalisasi yang lebih baik. Selain itu, objek penelitian dapat diperluas dengan membandingkan beberapa platform Artificial Intelligence generatif, seperti ChatGPT, Google Gemini, Microsoft Copilot, Claude, maupun Perplexity AI. Perluasan objek tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kualitas User Experience pada berbagai platform AI generatif yang saat ini banyak dimanfaatkan dalam aktivitas akademik maupun profesional. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk mengombinasikan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dengan metode evaluasi lainnya, seperti System Usability Scale (SUS), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), maupun pendekatan kualitatif melalui wawancara atau diskusi kelompok terarah. Penggunaan lebih dari satu metode diharapkan mampu menghasilkan analisis yang lebih mendalam mengenai pengalaman pengguna, tingkat penerimaan teknologi, serta faktor-faktor yang memengaruhi pemanfaatan chatbot berbasis *Artificial Intelligence*. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh akan memberikan kontribusi ilmiah yang lebih komprehensif terhadap pengembangan kajian *User Experience*.

REFERENSI

Aditya, A. P., & Muharrom, M. (2024). Analisis kepuasan mahasiswa terhadap aplikasi ChatGPT dengan menggunakan metode PIECES Framework. *SESSION: Software Development, Digital Business Intelligence, and Computer Engineering, 2*(2), 34–39. https://doi.org/10.57203/session.v2i02.2024.34-39

Banh, L., & Strobel, G. (2023). Generative artificial intelligence. Electronic Markets, 33, 63. https://doi.org/10.1007/s12525-023-00680-1

Kosmützky, A., & Diogo, S. (2020). Between context and comparability: Exploring new solutions for a familiar methodological challenge in qualitative comparative research. *Higher Education Quarterly, 74*(2), 176–192. https://doi.org/10.1111/hequ.12255

Lewis, J. R., & Sauro, J. (2024). Effect of perceived ease of use and usefulness on UX and behavioral outcomes. International Journal of Human–Computer Interaction, 40(20), 6676–6683.

https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2260164

Luthfi, R. A., Junaidi, A., & Agustiani, S. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi ChatGPT Menggunakan Metode PIECES. *TeknoIS : Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Dan Sains* <eISSN 2597-8918>, 15(2), 224–233. https://doi.org/10.36350/jbs.v15i2.318.

Nugroho, H. P., & Lestyowati, J. (2020). Analisis tingkat kepuasan dan kepentingan pengguna aplikasi SAKTI dengan PIECES Framework. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik, 5*(2), 93–104. https://doi.org/10.33105/itrev.v5i2.188

Pangentasan, E. B., & Maria, E. (2023). Penerapan PIECES Framework dalam analisis kepuasan pengguna F-Learn UKSW saat pandemi Covid-19. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 13*(1), 60–69. https://doi.org/10.21456/vol13iss1pp60-69

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wang, S., Cooper, N., & Eby, M. (2024). *From human-centered to social-centered artificial intelligence: Assessing ChatGPT's impact through disruptive events.* Big Data & Society. https://doi.org/10.1177/20539517241290220.

Waisberg, E., Ong, J., Masalkhi, M., Zaman, N., Sarker, P., Lee, A. G., & Tavakkoli, A. (2024). Google's AI chatbot “Bard”: A side-by-side comparison with ChatGPT and its utilization in ophthalmology. *Eye, 38*, 642–645. https://doi.org/10.1038/s41433-023-02760-0.