



**T.C.
FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ**

Mühendislik Fakültesi

Bilgisayar Mühendisliği Bölümü

Lisans Bitirme Projesi II

E-TİCARET UYGULAMALARINDA KULLANICI ARAYÜZÜ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI

Yusuf Dönmez
1721221225

Bitirme Projesi Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Musa Aydın

İstanbul, Ocak 2021



**T.C.
FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ**

Mühendislik Fakültesi

Bilgisayar Mühendisliği Bölümü

Lisans Bitirme Projesi II

E-TİCARET UYGULAMALARINDA KULLANICI ARAYÜZÜ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI

Yusuf Dönmez
1721221225

Bitirme Projesi Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Musa Aydın

Jüri Üyeleri:

İmza:

Dr. Öğr. Üyesi

.....

Dr. Öğr. Üyesi

.....

Dr. Öğr. Üyesi

.....

Dr. Öğr. Üyesi

.....

İstanbul, Ocak 2021

ÖNSÖZ

19.01.2021

Yusuf Dönmez

Şunu biliyoruz ki mühendislik sadece matematiksel işlemlerden oluşan bir disiplin değildir. Teknolojini artık ulaşmadığı bir yer kalmadığı günümüzde teknolojik cihazlar büyük oranda bir arayüz kullanılarak kontrol edilmektedir. Aynı zamanda mühendisler bu arayüzleri geliştiren kişilerdir.

Bu çalışmanın yapılmasındaki temel motivasyon, kariyer hedeflerim ve uzmanlaşmayı düşündüğüm alan doğrultusunda çeşitli entelektüel bilgileri uygulamalı olarak bir kazanıma dönüştürmektir.

Bu projenin gerçekleşmesinde bana destek olan Dr. Öğr. Üyesi Musa Aydın ve Dr. Öğr. Üyesi Ali Nizam'a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
ÖZET.....	vi
SUMMARY.....	vii
1. GİRİŞ.....	1
Motivasyon ve Amaç.....	1
2. TEMEL KAVRAMLAR.....	2
2.1 Kullanıcı Arayüzü.....	2
2.2 Bileşen.....	2
3. GELİŞTİRİLEN E-TİCARET UYGULAMALARI.....	3
3.1 Birinci Uygulamaya Özel Ekranlar.....	3
3.2 İkinci Uygulamaya Özel Ekranlar	6
3.3 Ortak Ekranlar	10
4. TEST METODOLOJİSİ.....	15
5. ELDE EDİLEN BULGULAR.....	17
5.1 Bulguların Değerlendirmesi.....	29
6.SONUÇ.....	31
KAYNAKÇA.....	32

E-TİCARET UYGULAMALARINDA KULLANICI ARAYÜZÜ MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI

ÖZET

E-Ticaret Uygulamalarında Kullanıcı Arayüzü Memnuniyet Araştırması adından da çağrışım yaptığı gibi bir kullanıcı deneyimi araştırmasıdır. Bu araştırmanın amacı çok hızlı büyüyen E-Ticaret sektöründe müşterilere sunulan uygulamalar arasındaki çeşitliliği araştırmaktır. Farklı tasarım algıları çeşitliliği arttırsada bazı durumlarda bu çeşitlilik kullanıcı deneyimine negatif yansıtmaktadır. Firmalar farklı özellikler ve bileşenler kullanarak rekabette öne geçmeye çalışsada hedefler bazı durumlarda olumsuz etki gösterebilmektedir.

Peki gerçekten kullanıcılar uygulamalarda neleri beğeniyorlar? İşte bu araştırma bunu tespit etmek için yapılmıştır. Kullanıcılar aynı uygulama iskeleti üzerinde farklı bileşenleri kullanarak bu bileşenlerden hangilerini tercih ettiklerini öğrenip analiz edilerek bir rapor hazırlanmıştır. Buna göre iki uygulamada bileşenlerin iki farklı kullanım senaryosu test edilmiştir. Yapılan analizler yaşa ve cinsiyete göre de ayrılarak istatistikler detaylandırılmıştır.

USER INTERFACE SATISFACTION SURVEY IN E-COMMERCE APPLICATIONS

SUMMARY

The User Interface Satisfaction Survey in E-Commerce Applications is a user experience research, as it evokes from its name. The aim of this research is to investigate the diversity of applications offered to customers in the rapidly growing E-Commerce industry. Although different design perceptions increase diversity, in some cases this diversity reflects negatively on the user experience. Although companies try to get ahead of the competition by using different features and components, targets may have negative effects in some cases.

So what do users really like in apps? This research has been done to determine this. By using different components on the same application framework, users learned which of these components they preferred and analyzed and a report was prepared. Accordingly, two different usage scenarios of the components were tested in two applications. The statistics are detailed by separating the analyzes according to age and gender.

1. GİRİŞ

Motivasyon ve Amaç

Projenin motivasyonu, son 10 yılda çok hızlı büyüyen mobil uygulama sektöründe geliştirilen E-Ticaret vb. uygulamalarda kullanılan çeşitli bileşenleri kullanıcılar üzerinde test edip bunun üzerinde bir analiz yapılmasıdır. Bu çalışmada kullanıcı deneyimini ölçümleyip yazılım dünyasında uygulama geliştiren veya uygulama tasarımı yapan kişilere bir fikir vermesi hedeflenmektedir. Birbirine benzer fakat bazı farklılıkları olan iki uygulamanın içindeki bu farklılıklardan insanların hangilerini tercih ettiğini ölçümlemek hedeflenmiştir.

Projenin bir diğer motivasyonu ise güncel bir teknoloji olan React Native [1] kullanılarak bir E-Ticaret uygulamasını sıfırdan geliştirip konuyla ilgili bilgi birikimi ve deneyim kazanılmasıdır. React Native sadece JavaScript yazarak hem Android hemde İOS platformuna Native uygulama geliştirmenizi sağlayan Facebook tarafından geliştirilen bir teknolojidir.

Projenin amacı mümkün olan en fazla kullanıcı ile iki uygulamayı test etmek ve geniş bir spektrum oluşturmaktır fakat proje geliştirme esnasında bütün dünyada başlayan Covid 19 salgını yüzünden yapılan kullanıcı testleri de ne yazık ki pandemi dolayısıyla hedeflenen sayının altında kalmıştır.

2. TEMEL KAVRAMLAR

2.1 Kullanıcı Arayüzü

Kullanıcı arayüzü, kullanıcın cihazla etkileşime geçtiği arabirimlere verilen isimdir. Bu arayüz görsel olmak zorunda değildir. Eğer kullanıcı etkileşime geçtiği cihazın işleyişine veya kontrollerine etki edebiliyorsa bu kullanıcının o cihazla etkileşime geçtiği bir arayüzdür.

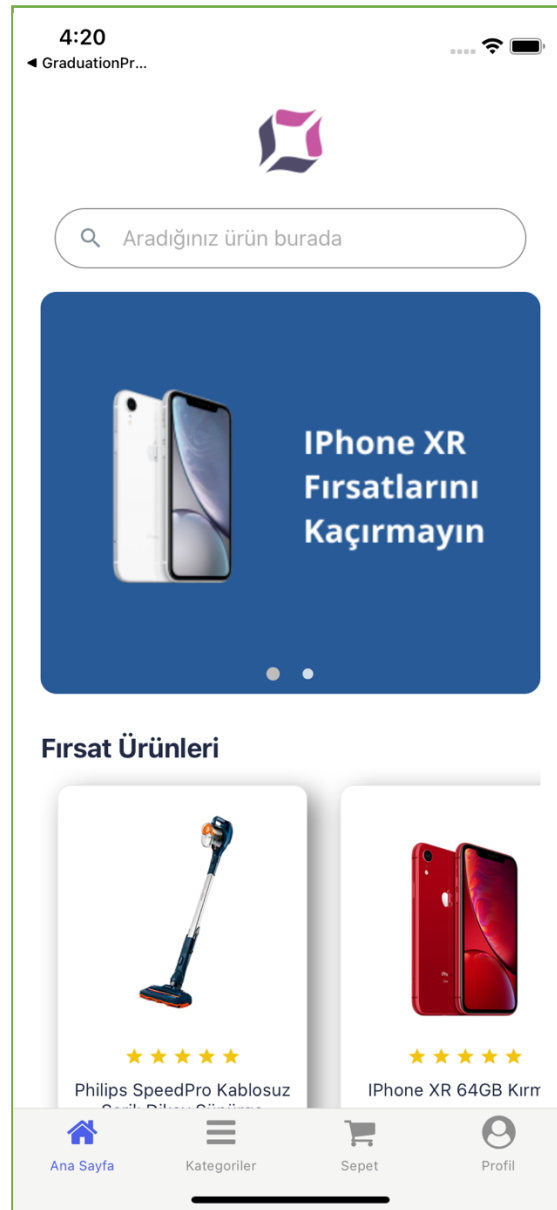
2.2 Bileşen (Komponent)

Bileşenler ekrandaki tümleşik olan yapıların en küçük olanına verilen isimdir. Örneğin sepete ekle butonu bir komponenttir. Sepete ekle butonunu daha küçük parçalara ayırırsanız o zaman hem fonksiyonel hem de anlamsal olarak bir bozulma meydana gelecektir.

3. GELİŞTİRİLEN E-TİCARET UYGULAMALARI

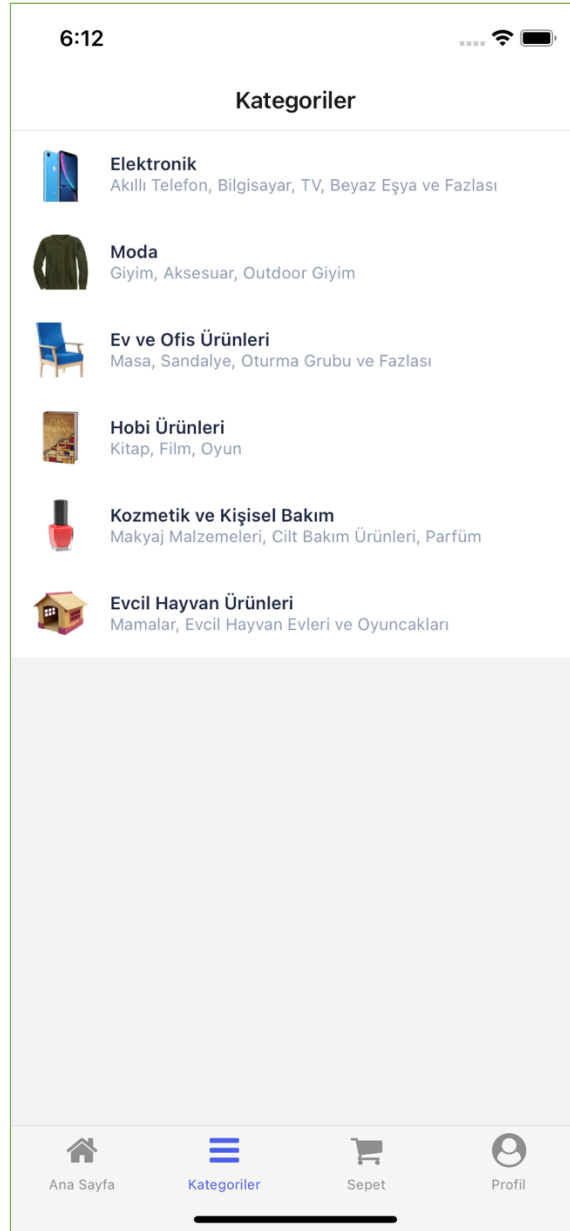
3.1 Birinci Uygulamaya Özel Ekranlar

Birinci uygulamada kullanılan bileşenler aşağıdaki gibidir.



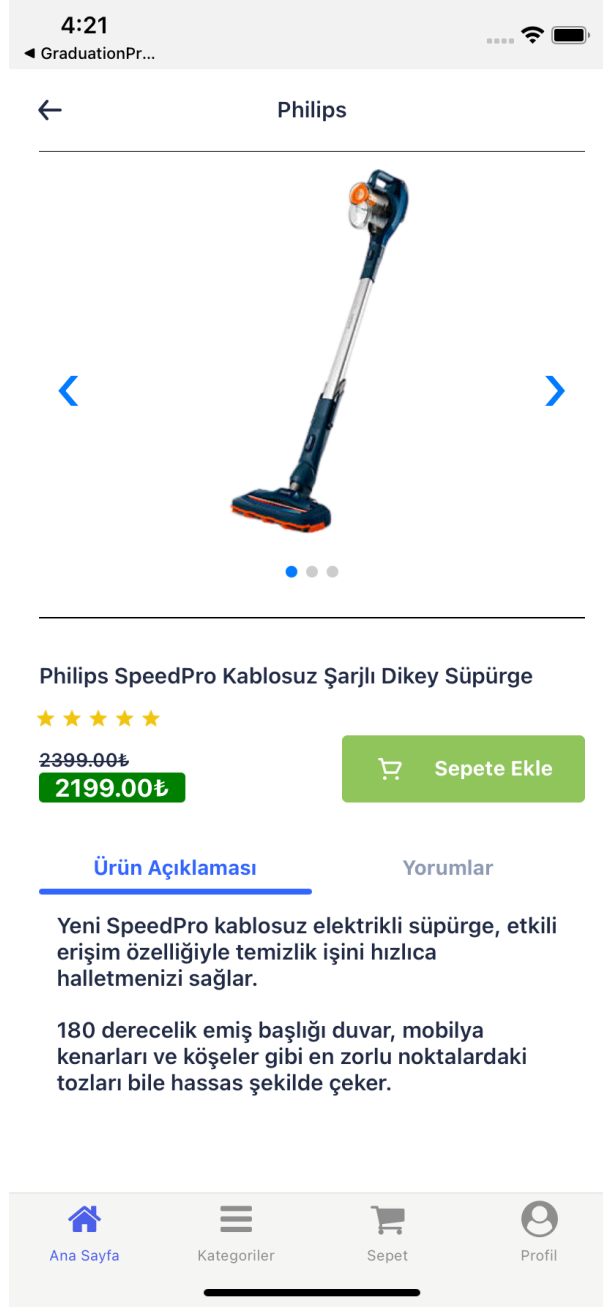
Görsel 1

Görsel 1’de görünen ekran kullanıcının uygulamayı açar açmaz ekranında görünen ana sayfadır. Kullanıcı bu sayfanın Fırsat Ürünleri kısmını yatay şekilde kaydırarak ürünleri inceleyebilmektedir.



Görsel 2

Görsel 2’de ise kullanıcının Kategoriler sekmesine geçtiğinde ekranda kategorilerin belirdiği sayfadır. Buradaki kategoriler liste halinde tasarlanmıştır.

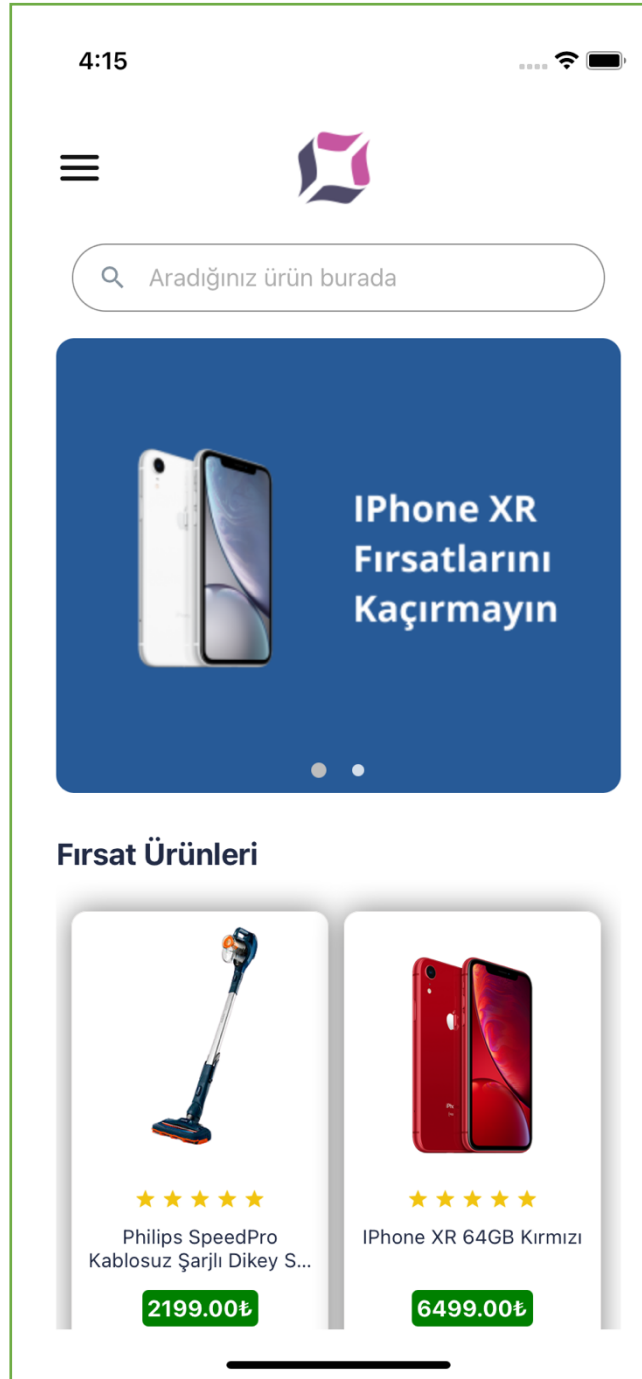


Görsel 3

Görsel 3 ise kullanıcının herhangi bir ürünü incelemek istediğinde açılan sayfadır. Kullanıcı bu ekrandan yorumları ve ürünün açıklamasını okuyabilir, ürünün görsellerine bakabilir, isterse sepetine ekleyebilir.

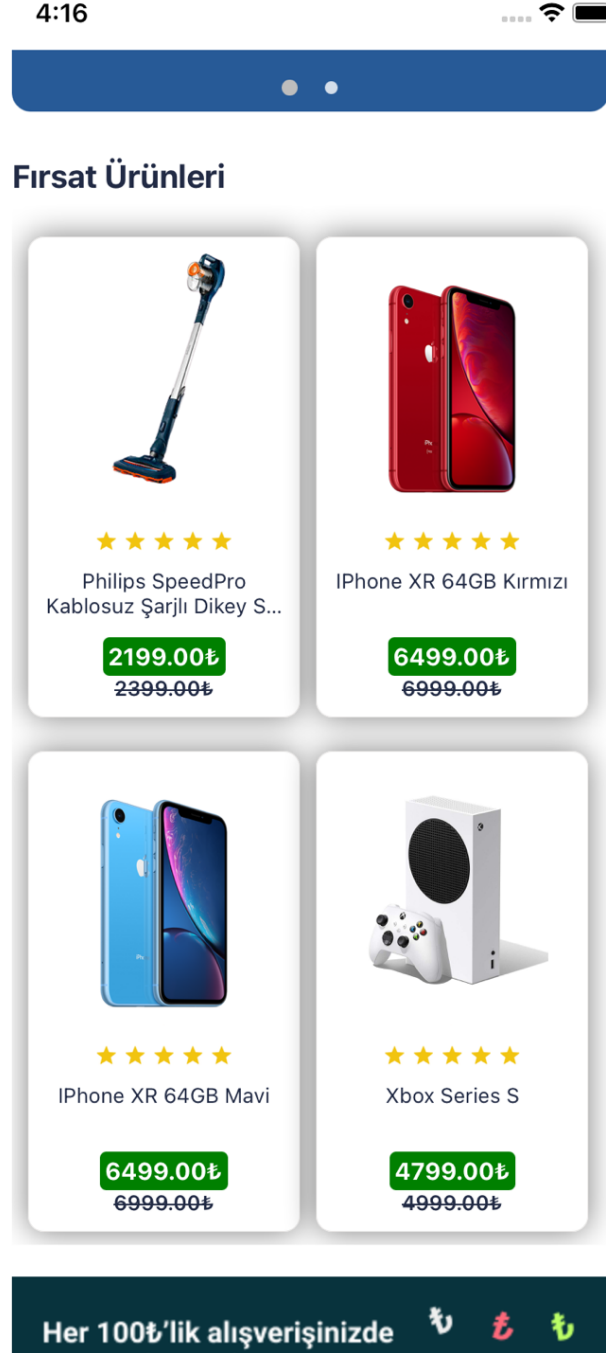
3.2 İkinci Uygulamaya Özel Ekranlar

İkinci uygulamaya özel olan ekranlar aşağıdaki gibidir.



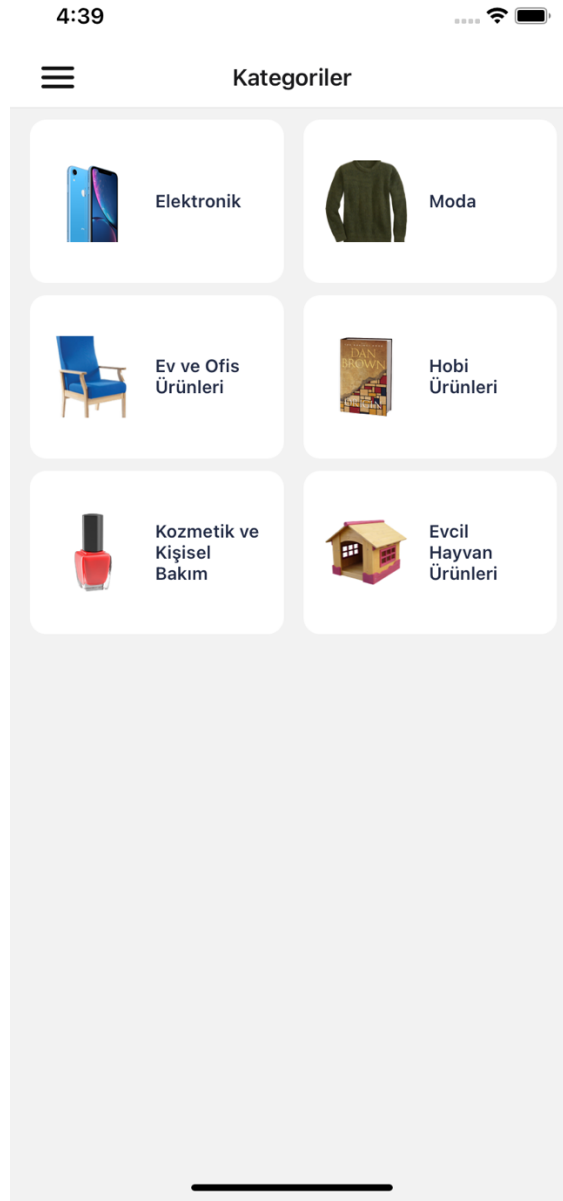
Görsel 4

Görsel 4 ise Görsel 1 ile aynı amaçla fakat dikkat farklı bileşenlerle geliştirilmiş ikinci uygulamaya özel bir ekran.



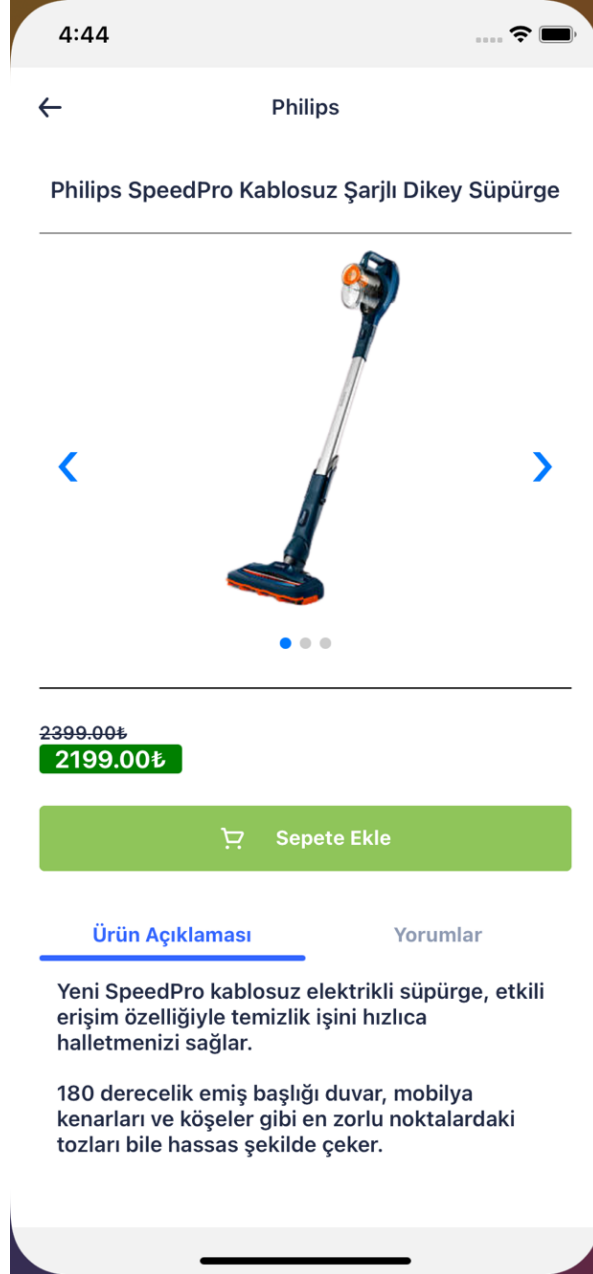
Görsel 5

Görsel 5’de görüldüğü üzere Fırsat ürünleri bölümü ilk uygulamadaki gibi yan tarafa kaydırılan bir şekilde dizayn edilmemiştir. 2. Uygulamanın ana sayfasında bu kısım sabit 4 üründen oluşan bir kampanya alanı olarak düşünülmüştür. Çoğu E-Ticaret uygulaması bu kaydırmalı olan bileşeni kullanmakta fakat bazı E-Ticaret devleri sayfalarında sabit 4 ürün olacak şekilde kampanya ürünleri de gösteriyor.



Görsel 6

Görsel 6’da ise ikinci uygulamanın kategoriler bölümü gösterilmiştir. Bu kategoriler bölümü resimlerin büyüdüğü ve kart şeklinde olan bir yapıda sunulmuştur.



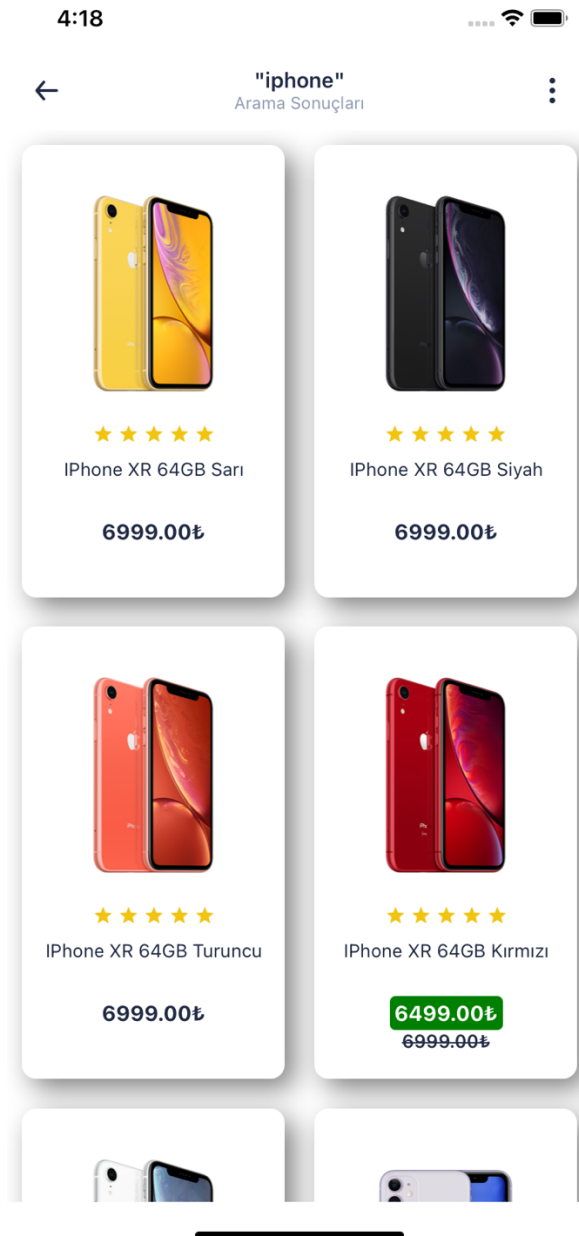
Görsel 7

Görsel 7’de ise aynı uygulama inceleme ekranının farklı bir versiyonu mevcuttur. Sepete Ekle butonun büyüdüğü ve ürün isminin sayfanın üst kısmına

konuşlandığı tasarımıdır.

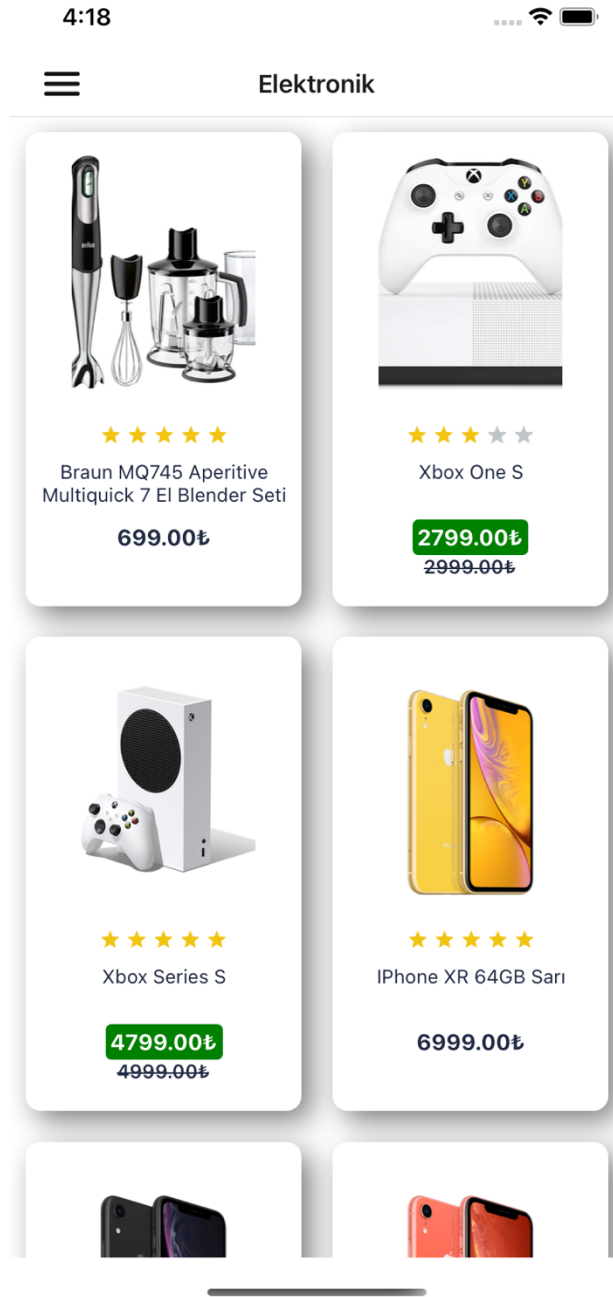
3.3 Ortak Ekranlar

Ortak ekranlar ise her iki uygulamada da aynı olan sadece kullanıcı deneyimini sürdürülebilir kılmak için yazılmış ekranlardır. Bu ekranlarda aynı şekilde diğer ekranlar gibi işlevselliği tam ekranlardır. Kullanıcı deneyimine zarar vermemesi için tasarımsal bütünlük korunarak geliştirilmişlerdir.



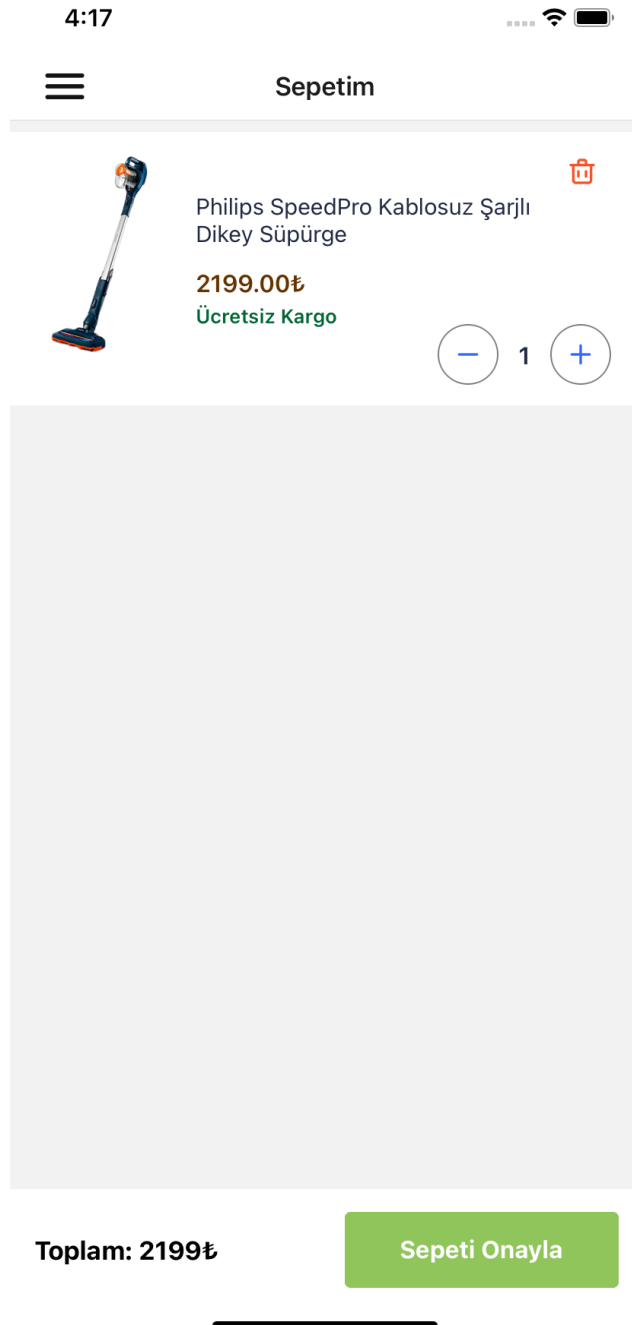
Görsel 8

Görsel 8’de kullanıcının Ana sayfadaki arama kutusuna “iphone” yazarak ilgili ürünü arattığı ve sonuçların listelendiği kısımdır. Kullanıcı isterse sağ üst kısımdaki 3 nokta işaretinden ucuzdan pahalıya veya pahalıdan ucuza şeklinde sıralama yapabilir.



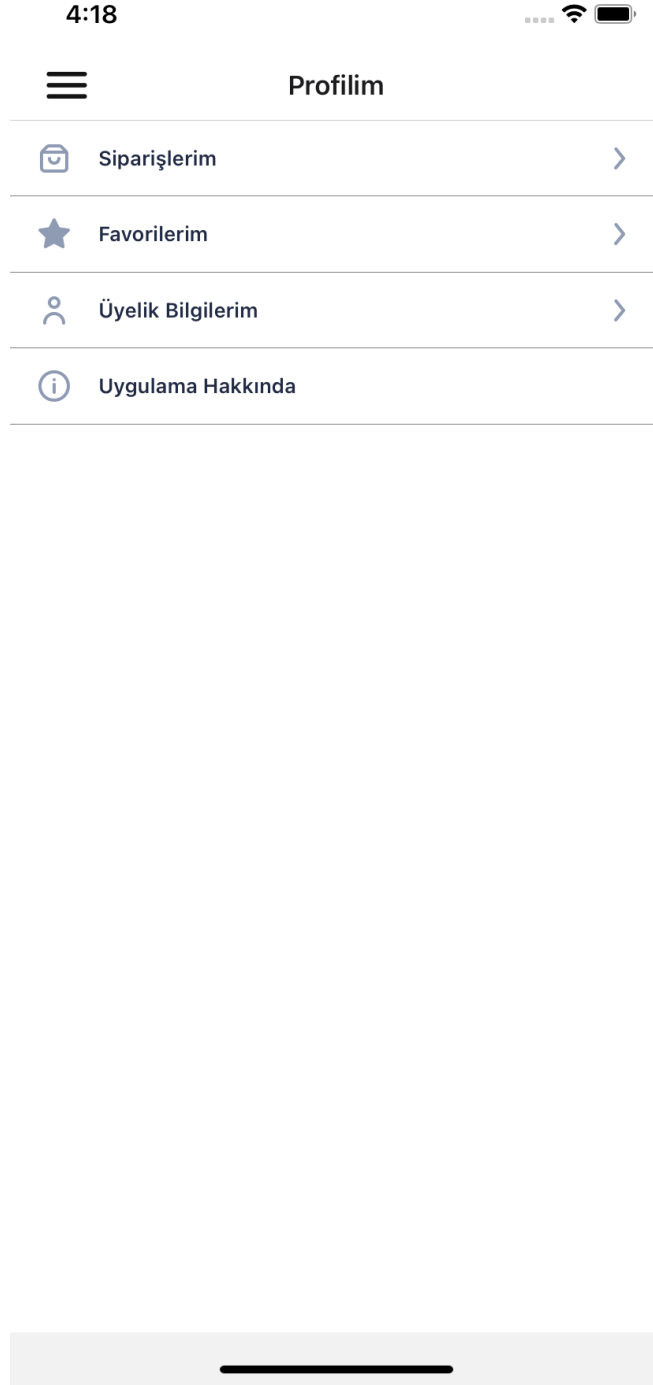
Görsel 9

Görsel 9’da ise iki uygulamada da “Elektronik” kategorisine tıklayan kullanıcılara listelenen sayfa gösterilmiştir. Kullanıcı dilerse diğer kategorilere de tıklayabilir ve farklı çeşitte ürünleri listeleyebilir. Sol üstteki “drawer” butonu ilk uygulama da bulunmamaktadır. Bu ekranda herhangi bir değişiklik yaratmadığı için önemsenmemiştir.



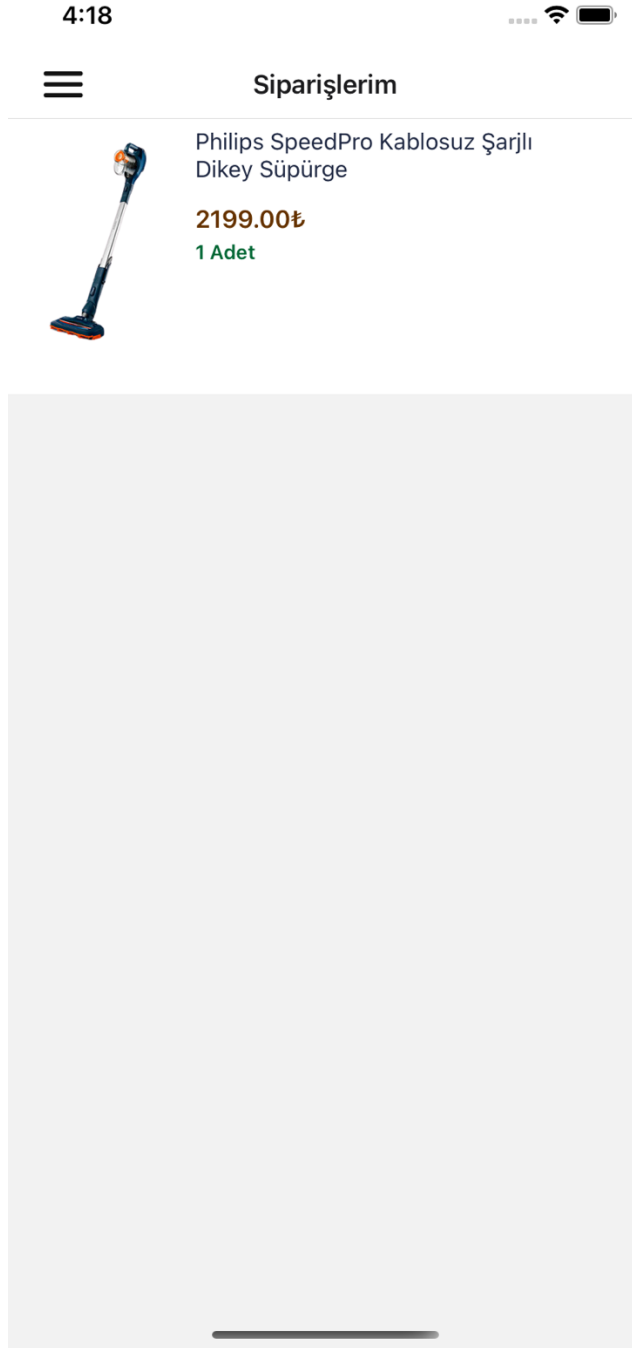
Görsel 10

Görsel 10’da ise kullanıcının sepete eklediği ürünün adedini seçip sepetini onayladığı ekran gösterilmiştir. Kullanıcı isterse ürüne tıklayıp tekrar ürün sayfasına gidebilir veya ürünü sepetinden sağ üstteki kırmızı buton ile silebilir.



Görsel 11

Görsel 11’de gösterilen ekran profil sayfasıdır. Profil sayfasında fazla işlevsel olarak bir bölüm bulunmamaktadır. Kullanıcıdan bilgilerini uygulamayı kullanma sırasında girmesi beklenmemektedir bu yüzden bu alanlardan siparişlerim hariç diğer 3’ü işlevsel değildir.



Görsel 12

Görsel 12’de ise kullanıcı verdiği siparişleri bu ekrandan görüntüleyebilecektir. Bu ekran uygulama testi esnasında fazla ziyaret edilmemiştir bunun sebebi bu ekranlarda herhangi bir test yapılması hedeflenmemiştir.

4. TEST METODOLOJİSİ

Proje testleri pandemi dolayısı ile testler büyük oranda Zoom uygulaması üzerinden kullanıcıya bilgisayarı kontrol yetkisi verilerek uygulamayı simülasyonda kullandırılması ile gerçekleştirilmiştir.

Kullanıcılar iki uygulamayı kullandıktan sonra 7 Soruluk bir soru seti sorulmuştur ve cevaplar istatistik oluşturmak amacıyla not alınmıştır. Kişiler anonimdir fakat yaş ve cinsiyet bilgisine göre istatistik yapılacağı için yaş ve cinsiyet bilgileri de kaydedilmiştir. Kullanıcılara sorulan soru seti aşağıdaki gibidir:

1.) Hangi uygulamanın navigasyon türünü daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

B) 2. Uygulama

2.) Hangi uygulamadaki Fırsat Ürünleri bölümünü daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

B) 2. Uygulama

3) Hangi uygulamadaki Kategoriler bölümünü daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

B) 2. Uygulama

4) Yukarıdaki navigasyon alanının bazı ekranlarda farklı olduğunu fark ettiniz mi?

A) Evet

B) Hayır

5) Ürün inceleme sayfalarındaki buton uzunluklarından hangi uygulamanın buton'unu daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

B) 2. Uygulama

6) Hangi Ürün inceleme sayfasını daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

B) 2. Uygulama

7) Genel olarak hangi uygulamadan memnun kaldınız?

A) 1. Uygulama

B) 2. Uygulama

Bu sorular sorulduktan sonra kullanıcının anlamadığı kavramları ve sorular detaylı bir şekilde açıklanarak aklında en ufak bir soru işareti bırakılmayacak şekilde cevaplanmıştır.

Kullanıcılara test yapılmadan önce uygulama ve test işleyişi hakkında bilgi verilmiştir.

Her soru İnsan Bilgisayar Etkileşiminin temel prensipleri olan [2] Learnability, Flexibility, Robustness başlıklarına cevap aramaktadır. Bu cevapları bulgular bölümünde detaylı olarak ele alacağız.

5. ELDE EDİLEN BULGULAR

Elde edilen bulgular bölümünde her soruya verilen cevaplar için ayrı ayrı istatistikler paylaşılacaktır. Her soru kendi içinde değerlendirilip en son bir değerlendirme yapılacaktır.

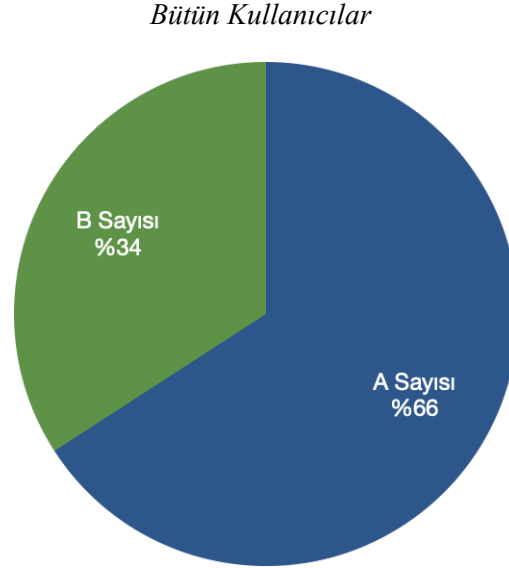
Soru 1.) Hangi uygulamanın navigasyon türünü daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

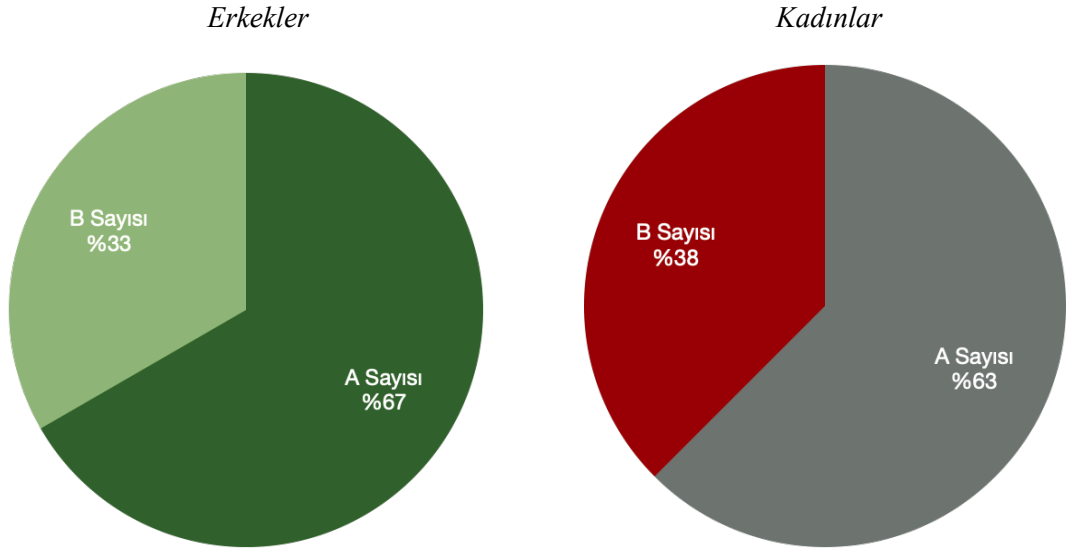
B) 2. Uygulama

Bu soru tüm sorular içerisinde en kritik soru. Çünkü bu soru uygulamalardaki ana navigasyonun hangisinin beğenildiğini ölçüyor. Ana navigasyon uygulamanın iskeleti ve ana ekranlar arasındaki geçişi sağlayan çok önemli bir yapı. Bu yüzden bu yapının kullanıcıda olumlu intiba bırakması uygulamaya da pozitif yaklaşmasını sağlayacaktır.

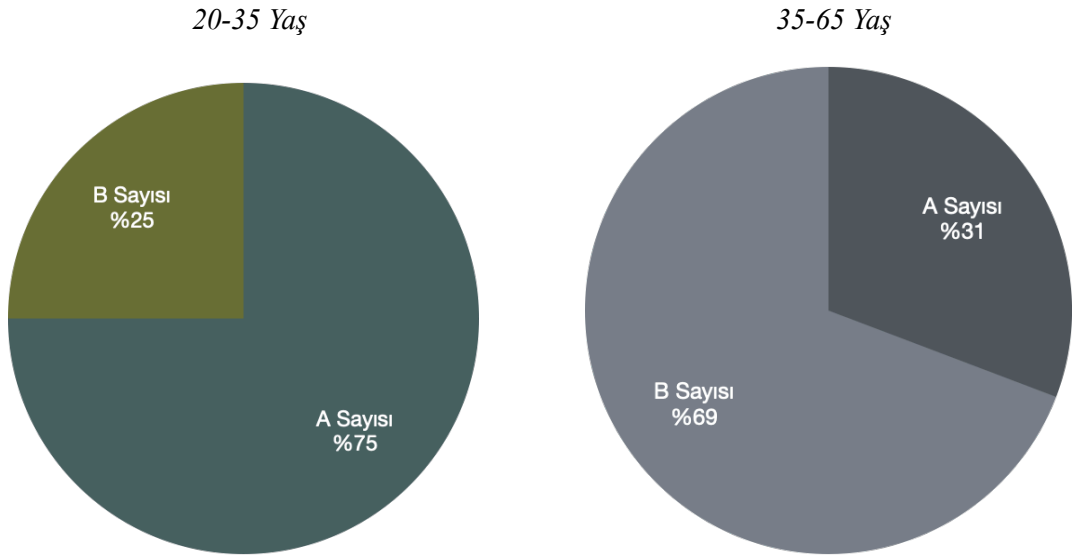
Buna göre Soru 1 için yapılan testlerde elde edilen bulgu şu şekildedir:



Buna göre tüm kullanıcılar açısından ilk uygulamadaki Tab Bar diye isimlendirilen navigasyon türü kullanıcıların çoğunlukla beğendiği navigasyon olmuş. Şimdi bir de cinsiyete göre dağılıma bakalım:



Kadınlar ve erkekler genel olarak ilk uygulamadaki navigasyon türünü daha çok beğenmişler. Şimdi bir de yaşa göre duruma bakalım



Yaşlılar ve orta yaş gruplarında durum biraz farklı yaşlılar ikinci navigasyon türünü yani drawer şeklinde olan navigasyonu daha çok beğenmişler.

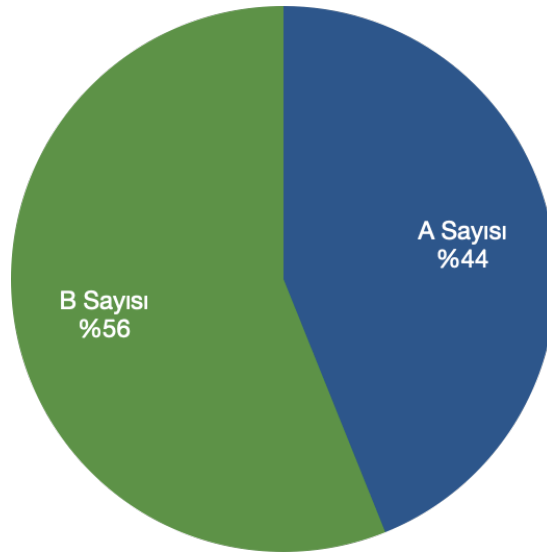
Soru 2.) Hangi uygulamadaki Fırsat Ürünleri bölümünü daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

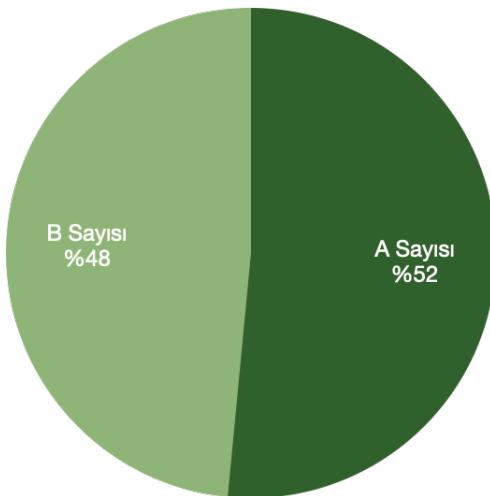
B) 2. Uygulama

Bu kısımda ise Görsel 5 ve görsel’de örnekleri bulunan iki farklılık yani fırsat ürünleri bölümünde yatay şekilde kaydırılan bir alan yerine sabit bir alan mı olmalı sorusuna cevap aradım.

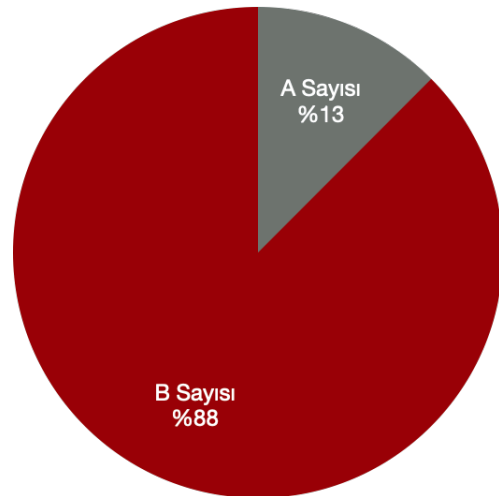
Bütün Kullanıcılar



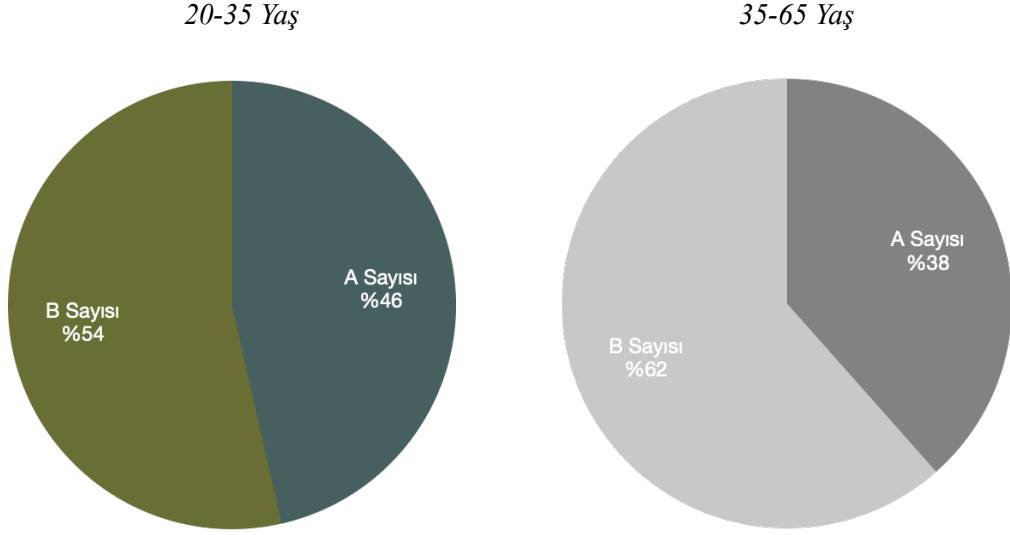
Erkekler



Kadınlar



Bütün kullanıcılar ve Erkeklerde durum hemen hemen aynı iken Kadınlar yatay bir şekilde kaydırılan fırsat ürünleri bölümünü beğenmemişler gibi duruyor.



Genç kesimde durum yarı yarıya olsa da yaşlılar genelde sabit Fırsat Ürünleri bölümünü daha çok beğenmişler gibi duruyor.

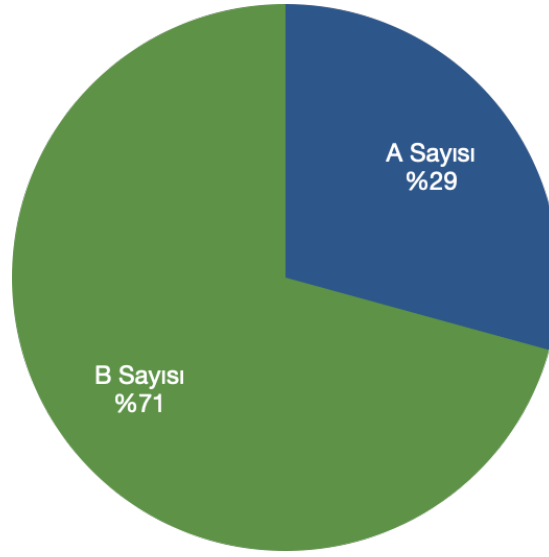
Soru 3.) Hangi uygulamadaki Kategoriler bölümünü daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

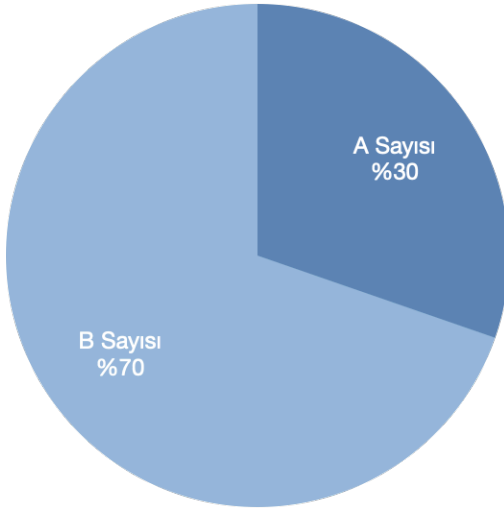
B) 2. Uygulama

Kategoriler bölümündeki iki uygulama arasındaki fark görsellere çok belirgin bir şekilde anlaşıyor. Bir uygulama liste şeklindeyken diğer uygulama kart şeklinde iki türlü uygulamalarda piyasada mevcut.

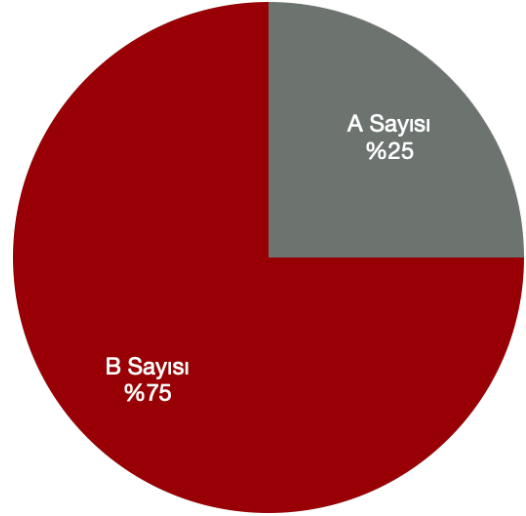
Bütün Kullanıcılar



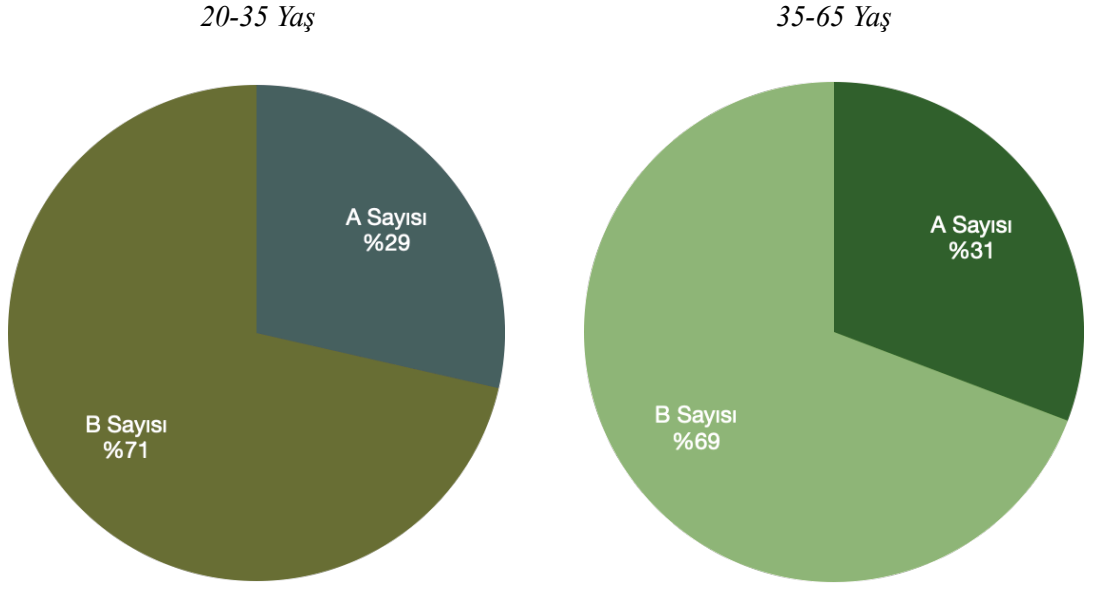
Erkekler



Kadınlar



Erkekler, Kadınlar ve Bütün kullanıcılarda benzer çoğunlukla kart görünümünde olan kategoriler kısmını beğenmişler gibi duruyor.



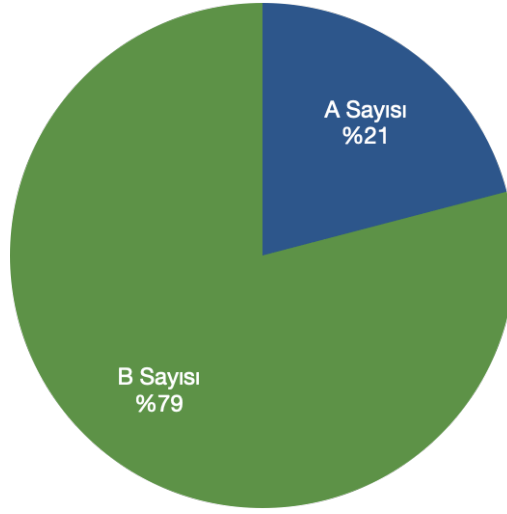
Aynı şekilde yaş gruplarına göre de durum değişmemiş gibi duruyor çoğunluk kart görünümündeki kategoriler kısmını beğeniyor.

Soru 4) Yukarıdaki navigasyon alanın bazı ekranlarda farklı olduğunu fark ettiniz mi?

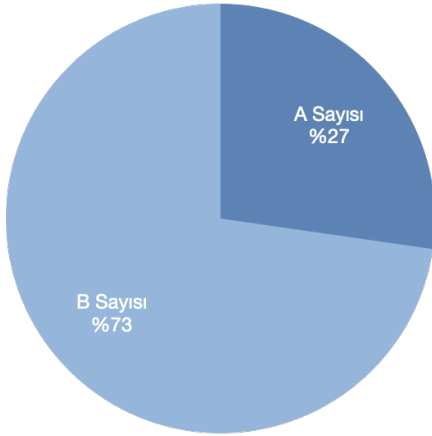
- A) Evet
- B) Hayır

Dikkat edilirse Görsel 8 ve Görsel 9 arasında yukarıdaki arama ile ilgili bilgilerin verildiği alanda tasarımsal farklılıklar var. Design principles'lardan birisi olan inconsistency'i kullanıcılar fark edebiliyor mu onu tespit etmek.

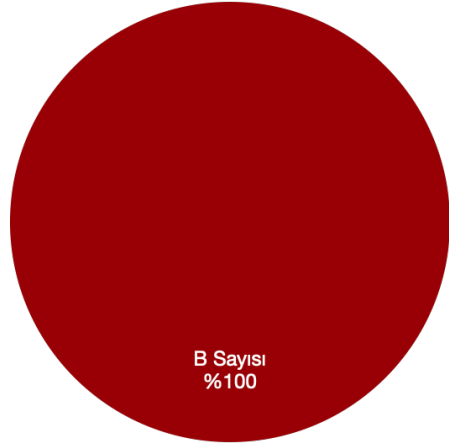
Bütün Kullanıcılar



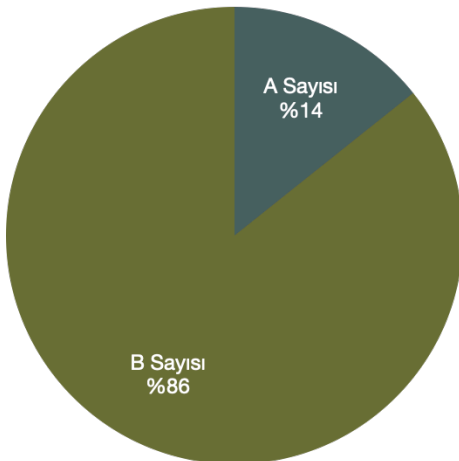
Erkekler



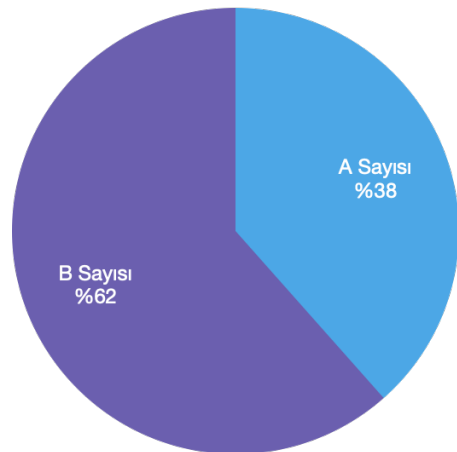
Kadınlar



20-35 Yaş



35-65 Yaş



Görüldüğü gibi kullanıcıların çoğu bu tutarsızlığı kullanırken fark etmemişler, sadece yaşlıların bir kısmı önemli oranda bu tutarsızlığı fark etmiş.

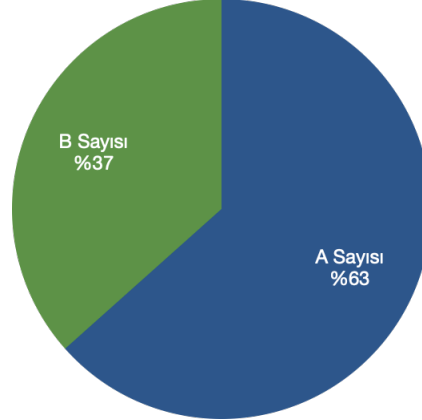
Soru 5) Ürün inceleme sayfalarındaki buton uzunluklarından hangi uygulamanın butonunu daha çok beğendiniz?

A) 1. Uygulama

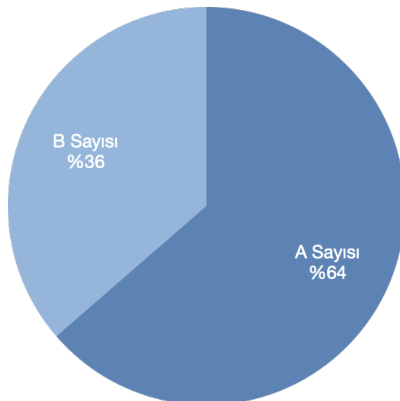
B) 2. Uygulama

Buton uzunluğu kullanıcı deneyimini ciddi bir şekilde etkileyebilir. Kullanıcı testi yaptığım sırada birkaç kişi uzun butonu beğenip şu yorumu yaptılar “Uzun buton bende butona basma isteği uyandırıyor” nitekim dünyanın en büyük E-Ticaret şirketi Amazon’da mobil uygulamalarında sepete ekle butonu uzun olacak şekilde dizayn edilmiş. İşte bu soruda insanların buton boyutları ile ilgili ne düşündüklerini öğrenmeye çalıştım.

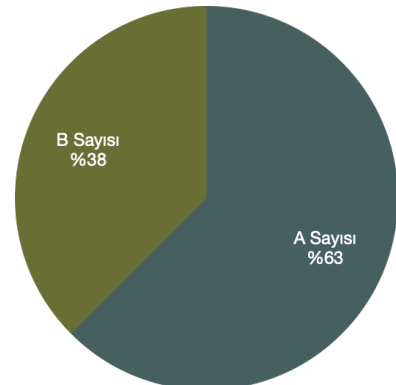
Bütün Kullanıcılar

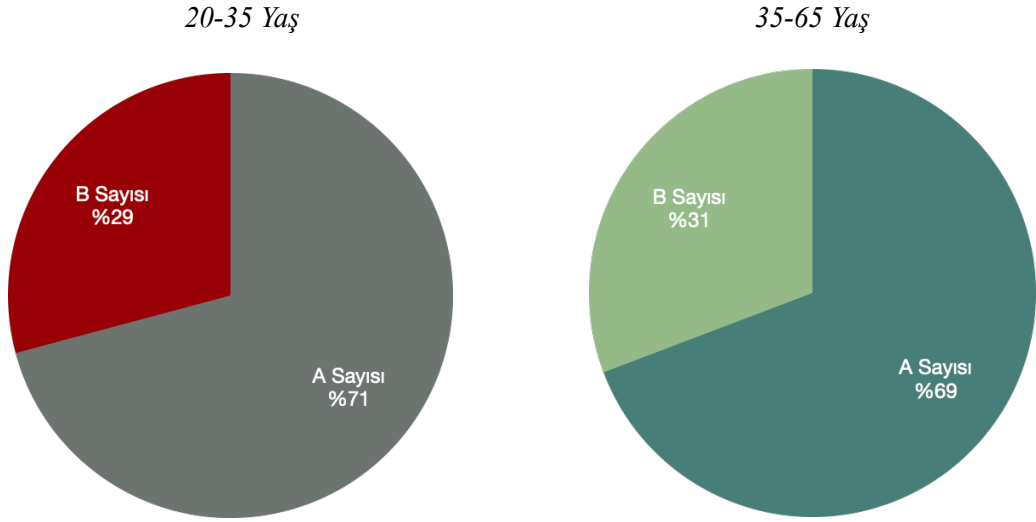


Erkekler



Kadınlar



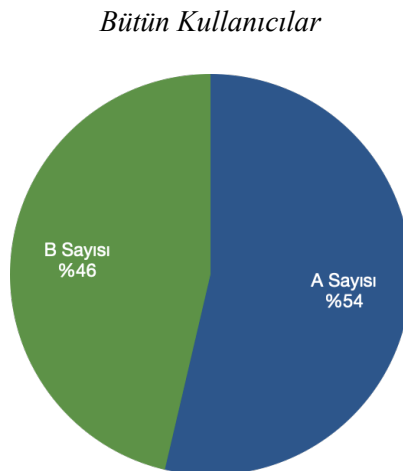


Yaş veya cinsiyet fark etmeksizin kullanıcıların çoğu tercihi kısa buton olmuş. Yine de uzun butonu tercih eden yaklaşık %30 luk bir kullanıcı kesimi mevcut.

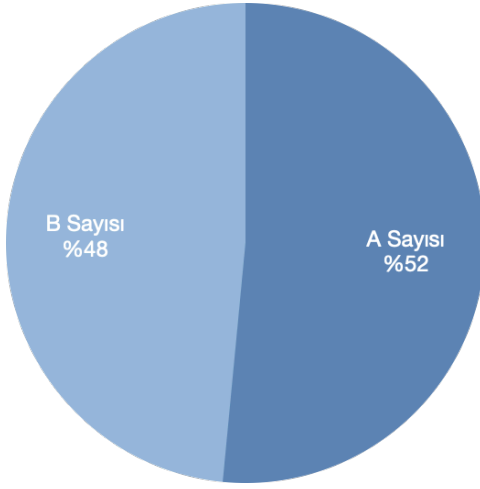
Soru 6) Hangi Ürün inceleme sayfasını daha çok beğendiniz?

- A) 1. Uygulama
- B) 2. Uygulama

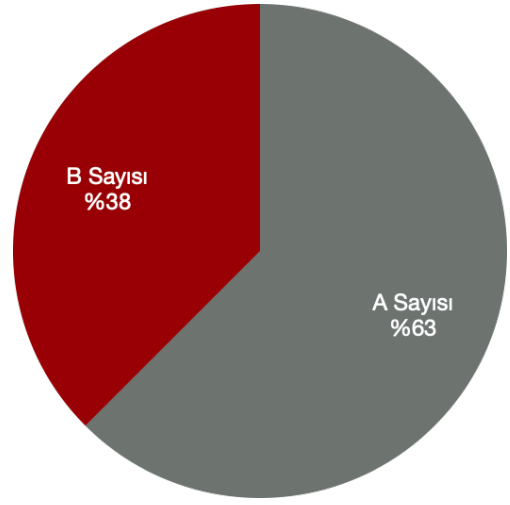
Ürün inceleme sayfasını bütünüyle değerlendiren bir soru bu. Dikkat edilirse Görsel 7 ve Görsel 3 arasında buton uzunlukları dışında ürün isminin de yeri değişmiş durumda. Hangi ekranın daha çok beğenildiğine bakalım.



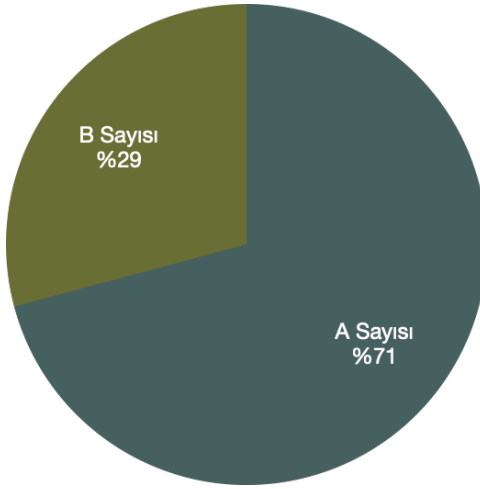
Erkekler



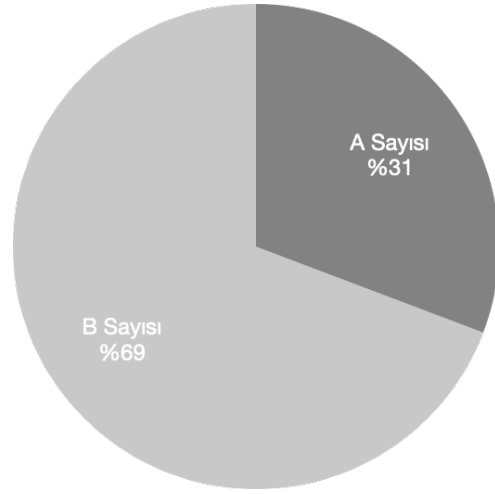
Kadınlar



20-35 Yaş



35-65 Yaş



Görülen o ki yaşlılar ve orta yaşlı kişiler büyük butonun olduğu sayfayı daha çok beğenmiş. Öbür taraftan gençler ilk uygulamanın daha derli toplu olduğunu düşünüyor.

Kadınlar erkeklere göre 2. Uygulamanın ürün inceleme ekranını daha çok beğenmiş.

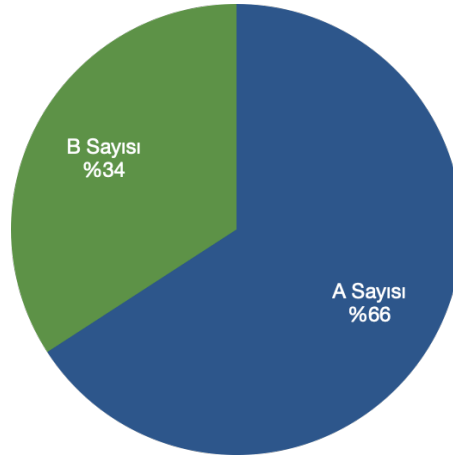
Soru 7) Genel olarak hangi uygulamadan memnun kaldınız?

A) 1. Uygulama

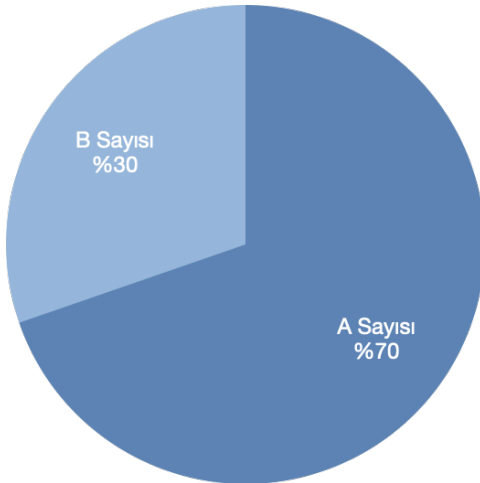
B) 2. Uygulama

Bu soru kullandıkları uygulamaların kullanıcı deneyimini özetleyen bir soru. Bu soruya verilen cevap aşağı yukarı hangi tasarım algılarının beğenildiği ile ilgili önemli bir veri. Şimdi istatistikleri inceleyelim:

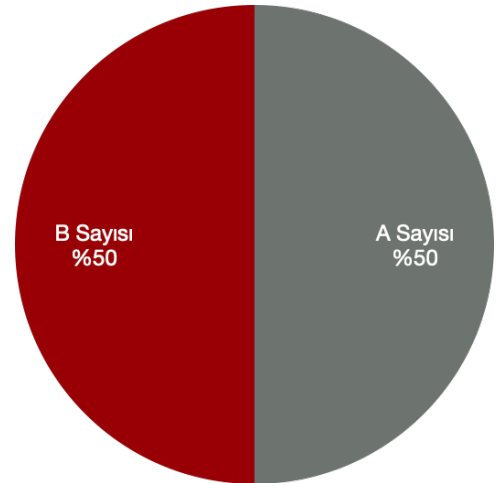
Bütün Kullanıcılar



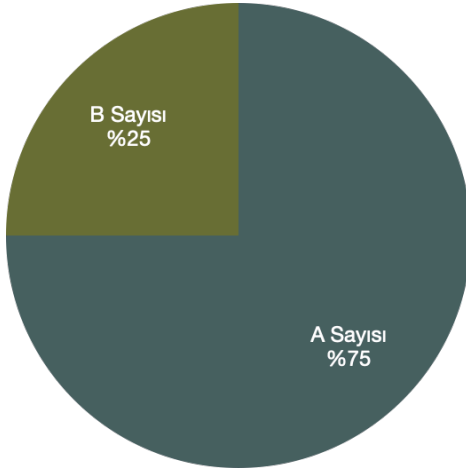
Erkekler



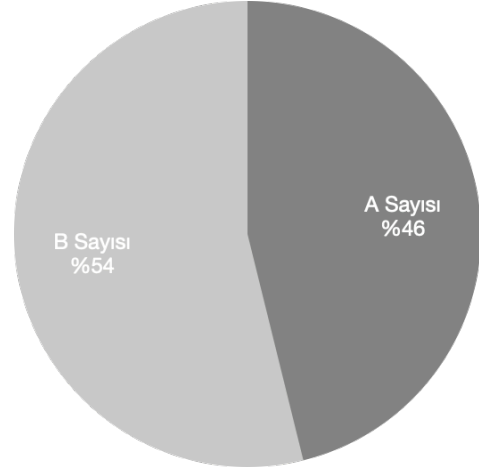
Kadınlar



20-35 Yaş



35-65 Yaş



Erkekler kadınlara göre daha çok 1. Uygulamayı beğenmişler. Gençlerin 4 te 3'ü ilk uygulamayı beğenmiş. Yaşlı ve orta yaşlı kişiler istatistiği için durum yarı yarıya gibi görünüyor.

Tüm Sonuçların Tabloları:

Bütün Kullanıcılar:

	Soru 1	Soru 2	Soru 3	Soru 4	Soru 5	Soru 6	Soru 7
A Sayısı	27	18	12	9	26	22	27
B Sayısı	14	23	29	34	15	19	14

Erkekler

	Soru 1	Soru 2	Soru 3	Soru 4	Soru 5	Soru 6	Soru 7
A Sayısı	22	17	10	9	21	17	23
B Sayısı	11	16	23	24	12	16	10

Kadınlar

	Soru 1	Soru 2	Soru 3	Soru 4	Soru 5	Soru 6	Soru 7
A Sayısı	5	1	2	0	5	5	4
B Sayısı	3	7	6	8	3	3	4

20-35 Yaş

	Soru 1	Soru 2	Soru 3	Soru 4	Soru 5	Soru 6	Soru 7
A Sayısı	21	13	8	4	17	17	21
B Sayısı	7	15	20	24	7	7	7

35-65 Yaş

	Soru 1	Soru 2	Soru 3	Soru 4	Soru 5	Soru 6	Soru 7
A Sayısı	4	5	4	5	9	4	6
B Sayısı	9	8	9	8	4	9	7

5.1 Bulguların Değerlendirmesi

İlk Soru için değerlendirme: Kullanıcıların büyük çoğunluğu ilk uygulamada olan alt taraftaki navigasyon menüsünü daha çok beğenmişler. Sadece yaşlılar yandan açılan drawerları daha çok beğeniyorlar. Bunu belki şu şekilde açıklayabiliriz: Genelde genç kişiler uygulamaların menülerini hızlı bir şekilde değiştirmek istiyorlar bu yüzden alt tarafta bir menünün olması onların kullanıcı deneyimini iyileştiriyor.

İkinci Soru için değerlendirme: Kadınlar ve yaşlılar sabit bir fırsat ürünleri bölümünü yatay yönde hareket eden bir komponente tercih ediyorlar. Neden yatay yönde hareket eden komponenti sevmediklerini sorduğumda ise sürekli hareket eden şeylerin onları rahatsız ettiklerini söylüyorlar.

Üçüncü Soru için değerlendirme: Belirgin bir şekilde kart şeklini kullanıcılar liste şeklinde olan menülere tercih ediyorlar. Bunun sebebi resimlerin büyük ve belirgin olması. Uzun ve liste şeklinde olunca sürekli aşağı inmeleri de gerektiğinden kullanıcılar kart görünümünü tercih ediyorlar.

Dördüncü Soru için değerlendirme: Kullanıcıların çok büyük çoğunluğu uygulamayı tasarımsal tutarsızlığı fark edemiyor. Bu farklılık çok belirgin olmadığı için fark edilmesi de zor oluyor.

Beşinci Soru için değerlendirme: Bu istatistikte ise kullanıcıların çoğunluğunun kısa butonu tercih ettiğiniz görüyoruz. Bunu şu şekilde değerlendirebiliriz: Bir butonun büyük olmasının butona basma hissine pozitif etki ettiğini biliyoruz fakat estetik olarak sayfa düzeninde tutarsızlığa yol açmasına neden oluyor.

Altıncı Soru için değerlendirme: Ürün inceleme sayfasının düzeni konusunda 35-65 yaş arası kişiler hariç genelde ilk uygulama tercih edilmiş. Bunun sebebi de daha önce belirttiğim gibi sayfanın daha derli toplu ve tutarlı hissettirmesi. 35-65 yaş arası kesimin ikinci uygulamanın ekranını daha çok beğenmesinin sebebi gözüyle butonu ve ürünü daha rahat ayırabilmesi olduğunu düşünüyorum.

Yedinci Soru için değerlendirme: Bu sorunun cevabının hangi uygulamayı beğenildiği şeklinde özetleyebiliriz. Genele bakıldığında ilk uygulama daha çok beğenilmiş gibi duruyor. Bunun temel sebebi ilk sorudaki cevabın aynısı olduğunu düşünüyorum. Uygulama iskeleti ve ekranlar arası geçiş yaptığımız kısmı kullanıcılar ilk uygulama olarak seçmişlerdi bu yüzden bu fikrin uygulama memnuniyeti açısından çok büyük katkısı olduğunu düşünüyorum.

6. SONUÇ

Bu çalışmanın sonucu şudur diye kesin bir şey söylemek çok zor. Birbirinden farklı senaryolarda ve durumlarda yapılan kullanıcı testlerinin sektörde uygulama geliştiren veya tasarım yapan kişilere bir fikir vermesi açısından önemli olduğunu düşünüyorum. Ürünün marka kimliğinden sorumlu kişiler kullanıcı kitlelerini iyi analiz edip kendi senaryolarına göre karar almalıdırlar. Tasarımda ve kullanıcı deneyiminde kesin ve mutlak doğru yoktur ve olmayacaktır da. Fakat çoğunluğun ne düşündüğü ile ilgili bir fikir sahibi olabilirsek daha fazla kullanıcıyı memnun edebilir hem ürünümüzün kalitesini arttırıp hem de uygulamayı kullanan kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırmış oluruz.

Bugün itibariyle neredeyse bütün insanların her gün kullandıkları bir veya birden fazla bir mobil uygulama var. Hayatımızda önemli bir vazife gören bu cihazların kullanıcı deneyimini iyileştirmeliyiz. Eğer kullanıcılar memnun olmazsa ürününüz teknolojik olarak ne kadar başarılı olursa olsun ne yazık ki kullanıcı deneyimi zayıf olduğu için ürünün kalite hissiyatı ciddi bir şekilde düşecektir.

KAYNAKÇA

[1] <https://reactnative.dev/>

[2] https://www.cs.uct.ac.za/mit_notes/human_computer_interaction/htmls/ch06s06.html - Design Principles Chapter 6. Design Guides, MSc-IT Study Material, Computer Science Department, University of Cape Town