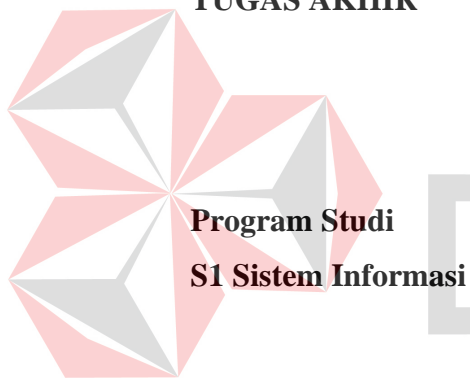




**PERANCANGAN UI/UX SEBAGAI VISUALISASI APLIKASI  
PEMESANAN DEKORASI PERNIKAHAN BERBASIS MOBILE UNTUK  
MENINGKATKAN PENGALAMAN PENGGUNA**

**TUGAS AKHIR**



**UNIVERSITAS  
Dinamika**

**Oleh :**

**Eldayani Cindy Pratiwi**

**18.41010.0106**

---

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2022**

**PERANCANGAN UI/UX SEBAGAI VISUALISASI APLIKASI  
PEMESANAN DEKORASI PERNIKAHAN BERBASIS MOBILE UNTUK  
MENINGKATKAN PENGALAMAN PENGGUNA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana Sistem Informasi**



**UNIVERSITAS  
Dinamika**

**Oleh:**

**Nama : Eldayani Cindy Pratiwi**

**NIM : 18410100106**

**Program Studi : S1 Sistem Informasi**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2022**

## TUGAS AKHIR

### PERANCANGAN UI/UX SEBAGAI VISUALISASI APLIKASI PEMESANAN DEKORASI PERNIKAHAN BERBASIS MOBILE UNTUK MENINGKATKAN PENGALAMAN PENGGUNA

Dipersiapkan dan disusun oleh

**Eldayani Cindy Praktiwi**

**NIM: 18410100106**

Telah diperiksa, dibahas, dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: Rabu, 3 Agustus 2022

#### Susunan Dewan Pembahas

##### Pembimbing:

- I. Dr. M.J. Dewiyani Sunarto  
NIDN. 0725076301
- II. Nunuk Wahyuningtyas, M.Kom.  
NIDN. 0723037707

##### Pembahas:

Tan Amelia, S.Kom., M.MT.  
NIDN. 0728017602

Digitally signed by  
Dewiyani  
Date: 2022.08.03  
19:59:02 +07'00'

Digitally signed by  
Nunuk Wahyuningtyas,  
M.Kom  
Date: 2022.08.04  
08:04:50 +07'00'

Digitally signed  
by Tan Amelia  
Date: 2022.08.04  
08:33:10 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana



Digitally signed by  
Universitas Dinamika  
Date: 2022.08.05  
15:27:51 +07'00'

**Tri Sagirani, S.Kom., M.MT.**

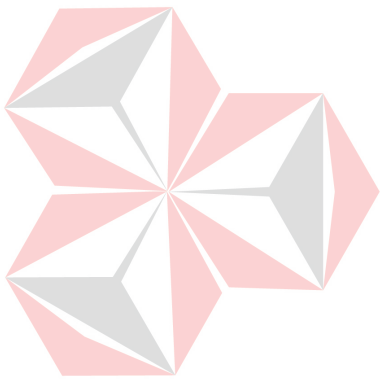
NIDN. 0731017601

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

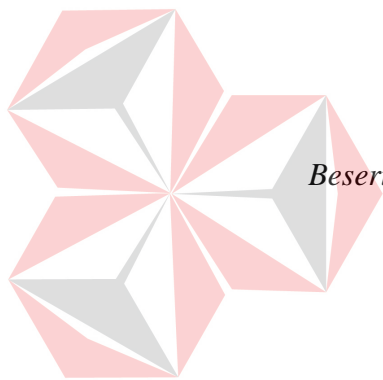
**UNIVERSITAS DINAMIKA**

*Allah bersama orang-orang yang sabar*

*(QS. Al-Baqarah ayat 153)*



UNIVERSITAS  
**Dinamika**



*Kupersembahkan kepada*

*Ibu, Ayah, dan Adik tercinta*

*Beserta semua Sahabat dan Teman yang memberikan dukungan*

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : Eldayani Cindy Pratiwi  
NIM : 18410100106  
Program Studi : S1 Sistem Informasi  
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika  
Jenis Karya : Tugas Akhir  
Judul Karya : PERANCANGAN UI/UX SEBAGAI VISUALISASI  
APLIKASI PEMESANAN DEKORASI PERNIKAHAN  
BERBASIS MOBILE UNTUK MENINGKATKAN  
PENGALAMAN PENGGUNA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 05 Juli 2022



Eldayani Cindy Pratiwi  
NIM : 18410100106

## ABSTRAK

Keberadaan teknologi internet dan perangkat seluler dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai salah satu media promosi dan pengelolaan bisnis salah satunya dalam mengelola pemesanan pada salah satu jasa *wedding decoration*. Berdasarkan analisis kompetitor aplikasi *wedding organizer* menghasilkan kesimpulan bahwa kompetitor memiliki permasalahan yaitu minim informasi vendor dan produk yang disediakan, tata letak yang tidak beraturan mulai dari pemilihan warna dan ikon yang tidak selaras serta terdapat ilustrasi yang berlebihan. Solusi yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut adalah merancang UI/UX (*User Interface/User Experience*) aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan untuk meningkatkan pengalaman pengguna menggunakan pengujian wawancara mendalam dan UEQ (*User Experience Questionnaire*) karena didalamnya terdapat aspek menyeluruh dari *usability* hingga *user experience* (pengalaman pengguna) yang mencakup kebutuhan pengguna sesuai hasil yang didapatkan dari kuesioner. Berdasarkan analisis dan evaluasi menghasilkan *prototype* final untuk konsumen dan pihak *wedding organizer* yang telah divalidasi dari segi tampilan, hingga kritik dan saran dari pengguna. Selain itu, pada penelitian ini menghasilkan *user interface* yang konsisten dari segi tata letak, warna, dan tipografi berdasarkan pengujian menggunakan wawancara mendalam serta menghasilkan *user experience* yang mudah dipahami berdasarkan pengujian dengan metode UEQ (*User Experience Questionnaire*). Dapat ditunjukkan pada aspek kejelasan yang memiliki nilai skala 1,483 artinya memiliki evaluasi yang positif dan termasuk dalam kategori above average (diatas rata-rata).

**Kata Kunci:** *User Interface/User Experience, Lean UX, Metode User Experience Questionnaire*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan UI/UX Sebagai Visualisasi Aplikasi Pemesanan Dekorasi Pernikahan Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna”. Penyusunan laporan ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di program studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika.

Selama pelaksanaan tugas akhir dan penyusunan laporan tugas akhir, penulis telah banyak mendapatkan bantuan serta dukungan baik secara moril maupun materil. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

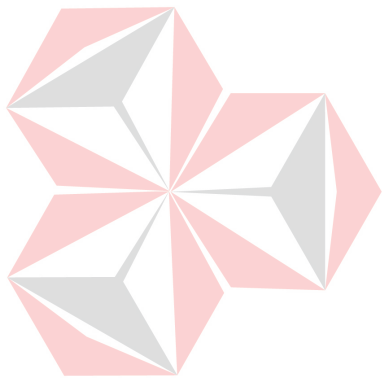
1. Allah SWT atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan
2. Keluarga terutama orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung di setiap langkah dan aktivitas penulis
3. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku rektor Universitas Dinamika
4. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng. selaku Kepala Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika
5. Ibu Dr. M.J. Dewiyani Sunarto selaku dosen pembimbing 1 yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan ini
6. Ibu Nunuk Wahyuningtyas, M.Kom selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan ini
7. Responden yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, kritik, dan saran untuk membantu menyempurnakan tugas akhir



8. Seluruh teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan yang telah dilakukan semua pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk dapat memperbaiki laporan tugas akhir ini. Sehingga laporan tugas akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

Surabaya, 05 Juli 2022



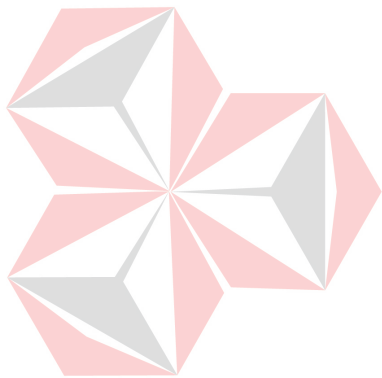
Penulis  
UNIVERSITAS  
Dinamika

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan.....	5
1.5 Manfaat.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 <i>User Interface</i> .....	8
2.3 <i>Lean User Experience (Lean UX)</i> .....	9
2.4 <i>User Experience</i> .....	10
2.4.1 <i>Declare Assumptions</i> .....	10
2.4.2 <i>Create an MVP</i> .....	11
2.4.3 <i>Run an Experiment</i> .....	11
2.4.4 <i>Feedback and Research</i> .....	11
2.5 <i>Prototype</i> .....	11
2.6 Populasi dan Sampel.....	12
2.7 <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> .....	13
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Tahap <i>Declare Assumption</i> .....	16
3.1.1 Wawancara .....	16
3.1.2 Studi Literatur .....	17
3.1.3 Pembuatan Daftar Asumsi .....	17
3.1.4 Dugaan Pernyataan .....	17

3.1.5	Pembuatan <i>User Persona</i> .....	17
3.1.6	Pembuatan Daftar Fitur.....	18
3.2	Tahap <i>Create an MVP</i> .....	18
3.2.1	Pembuatan <i>User Flow</i> .....	18
3.2.2	Perancangan <i>Wireframe</i> .....	18
3.2.3	Perancangan <i>Prototype</i> .....	18
3.3	Tahap <i>Run an Experiment</i> .....	19
3.3.1	Penentuan Sampel.....	19
3.3.2	Pengujian MVP.....	19
3.4	Tahap <i>Feedback and Research</i> .....	19
3.4.1	Analisa Hasil Pengujian Iterasi Pertama .....	20
3.4.2	Perbaikan <i>Prototype</i> .....	20
3.4.3	Pengujian MVP Iterasi Kedua .....	20
3.4.4	Analisa Hasil Pengujian Iterasi Kedua .....	20
3.5	Tahap Akhir.....	20
3.5.1	Kesimpulan dan Saran.....	21
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		22
4.1	Tahap <i>Declare Assumption</i> .....	22
4.1.1	Wawancara .....	22
4.1.2	Studi Literatur .....	22
4.1.3	Pembuatan Daftar Asumsi .....	22
4.1.4	Dugaan Pernyataan .....	23
4.1.5	Pembuatan <i>User Persona</i> .....	23
4.1.6	Pembuatan Daftar Fitur.....	24
4.2	Tahap <i>Create an MVP</i> .....	24
4.2.1	Pembuatan <i>User Flow</i> .....	24
4.2.2	Perancangan <i>Wireframe</i> .....	29
4.2.3	Perancangan <i>Prototype</i> .....	37
4.3	Tahap <i>Run an Experiment</i> .....	45
4.3.1	Penentuan Sampel.....	45
4.3.2	Pengujian MVP Iterasi Pertama.....	45
4.4	Tahap <i>Feedback and Research</i> .....	45

4.4.1	Analisa Hasil Pengujian Iterasi Pertama .....	45
4.4.2	Perbaikan <i>Prototype</i> .....	46
4.4.3	Pengujian MVP Iterasi Kedua .....	47
4.4.4	Analisa Hasil Pengujian Iterasi Kedua .....	47
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	50
<b>LAMPIRAN</b>	.....	51

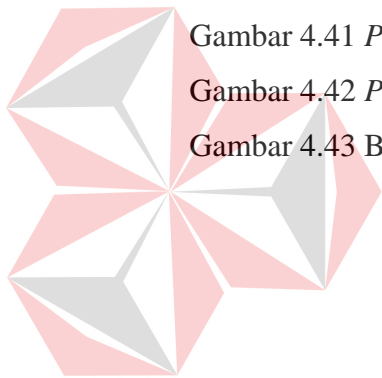


UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahapan metode Lean UX.....	10
Gambar 2.2 Benchmark Interval untuk Skala .....	15
Gambar 3.1 Metodologi penelitian .....	16
Gambar 4.1 <i>User persona</i> konsumen.....	23
Gambar 4.2 <i>User persona</i> pihak WO.....	24
Gambar 4.3 <i>User flow login</i> dan daftar konsumen .....	25
Gambar 4.4 <i>User flow</i> pemesanan dekorasi.....	26
Gambar 4.5 <i>User flow login</i> dan daftar pihak WO .....	27
Gambar 4.6 <i>User flow</i> pengelolaan produk.....	28
Gambar 4.7 <i>User flow</i> pengelolaan pesanan .....	28
Gambar 4.8 <i>User flow</i> pengelolaan <i>inspiration</i> .....	29
Gambar 4.9 <i>Wireframe</i> halaman <i>sign in</i> konsumen .....	30
Gambar 4.10 <i>Wireframe</i> halaman <i>sign up</i> konsumen .....	30
Gambar 4.11 <i>Wireframe</i> halaman detail pesanan konsumen .....	31
Gambar 4.12 <i>Wireframe</i> halaman <i>order in progress</i> konsumen.....	32
Gambar 4.13 <i>Wireframe</i> halaman <i>order completed</i> konsumen .....	32
Gambar 4.14 <i>Wireframe</i> halaman artikel konsumen.....	32
Gambar 4.15 <i>Wireframe</i> halaman <i>inspiration</i> konsumen .....	32
Gambar 4.16 <i>Wireframe</i> halaman <i>profile</i> konsumen .....	33
Gambar 4.17 <i>Wireframe</i> halaman <i>chatting</i> konsumen.....	33
Gambar 4.18 <i>Wireframe</i> halaman <i>sign in</i> pihak WO.....	34
Gambar 4.19 <i>Wireframe</i> halaman <i>sign up</i> pihak WO .....	34
Gambar 4.20 <i>Wireframe</i> halaman <i>order in progress</i> pihak WO.....	35
Gambar 4.21 <i>Wireframe</i> halaman <i>order completed</i> pihak WO .....	35
Gambar 4.22 <i>Wireframe</i> halaman artikel pihak WO .....	36
Gambar 4.23 <i>Wireframe</i> halaman <i>inspiration</i> pihak WO .....	36
Gambar 4.24 <i>Wireframe</i> halaman <i>profile</i> pihak WO .....	36
Gambar 4.25 <i>Wireframe</i> halaman <i>chatting</i> pihak WO .....	37
Gambar 4.26 Skema warna .....	37
Gambar 4.27 Tipografi.....	38

Gambar 4.28 <i>Prototype</i> halaman <i>sign in</i> konsumen .....	38
Gambar 4.29 <i>Prototype</i> halaman <i>sign up</i> konsumen .....	38
Gambar 4.30 <i>Prototype</i> halaman <i>my order</i> konsumen .....	39
Gambar 4.31 <i>Prototype</i> halaman artikel konsumen .....	40
Gambar 4.32 <i>Prototype</i> halaman <i>inspiration</i> konsumen.....	40
Gambar 4.33 <i>Prototype</i> halaman <i>profile</i> konsumen .....	40
Gambar 4.34 <i>Prototype</i> halaman <i>chatting</i> konsumen .....	41
Gambar 4.35 <i>Prototype</i> halaman <i>sign in</i> pihak WO .....	42
Gambar 4.36 <i>Prototype</i> halaman <i>sign up</i> pihak WO .....	42
Gambar 4.37 <i>Prototype</i> halaman <i>order in progress</i> pihak WO .....	43
Gambar 4.38 <i>Prototype</i> halaman <i>order completed</i> pihak WO.....	43
Gambar 4.39 <i>Prototype</i> halaman artikel pihak WO.....	43
Gambar 4.40 <i>Prototype</i> halaman <i>inspiration</i> pihak WO .....	43
Gambar 4.41 <i>Prototype</i> halaman <i>profile</i> pihak WO .....	44
Gambar 4.42 <i>Prototype</i> halaman <i>chatting</i> pihak WO.....	44
Gambar 4.43 Benchmark hasil pengujian UEQ.....	48



UNIVERSITAS  
Dinamika

## DAFTAR TABEL

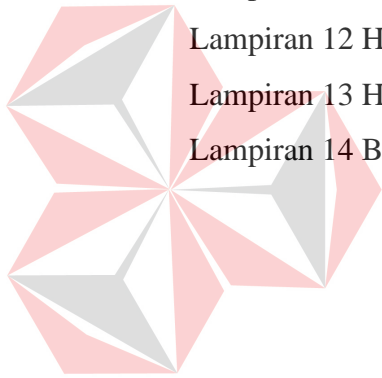
	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	7
Tabel 4.1 Sasaran Bisnis .....	22
Tabel 4.2 Daftar Asumsi .....	22
Tabel 4.3 Daftar fitur yang diusulkan .....	24
Tabel 4.4 <i>Feedback</i> hasil wawancara mendalam .....	45
Tabel 4.5 Nilai skala UEQ .....	47
Tabel 4.6 Benchmark hasil pengujian UEQ.....	48



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Analisis Kompetitor.....	51
Lampiran 2 Jawaban Kebutuhan Responden .....	52
Lampiran 3 <i>Wireframe</i> Konsumen.....	53
Lampiran 4 <i>Wireframe</i> Pihak WO .....	60
Lampiran 5 <i>Prototype</i> Konsumen .....	68
Lampiran 6 <i>Prototype</i> Pihak WO.....	75
Lampiran 7 Perbaikan <i>Prototype</i> .....	81
Lampiran 8 Hasil Kuesioner Kebutuhan <i>User</i> .....	84
Lampiran 9 <i>Form</i> Pengujian Wawancara Mendalam .....	86
Lampiran 10 <i>Form</i> Pengujian UEQ .....	87
Lampiran 11 Hasil Pengujian Wawancara Mendalam.....	89
Lampiran 12 Hasil Kuesioner Pengujian UEQ .....	95
Lampiran 13 Hasil Plagiasi .....	97
Lampiran 14 Biodata Penulis .....	98



UNIVERSITAS  
**Dinamika**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keberadaan teknologi internet dan perangkat seluler dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai salah satu media promosi dan pengelolaan bisnis sehingga munculnya persaingan aplikasi perangkat, misalnya Traveloka dan tiket.com. Kedua aplikasi tersebut memiliki fungsi utama yang sama yaitu untuk pemesanan tiket secara online, namun dalam segi *user interface* dan *user experience* dapat dirasakan perbedaannya. *User interface* merupakan salah satu bagian yang paling penting dalam sistem karena berhubungan dengan pengguna yang dapat dilihat, dapat didengar, dan dapat disentuh. Sedangkan *user experience* merupakan penilaian seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa tersebut.

Perkembangan teknologi menjadikan suatu kebutuhan primer yang dimanfaatkan sebagai sarana mempermudah pekerjaan. Banyak pekerjaan yang menggunakan internet sebagai media promosi, media transaksi, bahkan sebagai penyimpan database, salah satunya untuk *wedding organizer*. *Wedding organizer* di internet dijadikan sebagai media promosi dan sudah banyak dijumpai *wedding organizer* di setiap kota. *Wedding Organizer* merupakan jasa yang melayani calon pengantin dalam perencanaan dan pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan. Pada umumnya jasa pernikahan menyediakan layanan jasa seperti gedung pernikahan, dekorasi pernikahan, *makeup* pengantin, fotografer, hantaran pernikahan, dan *master of ceremony* (MC).

Peneliti melakukan analisis kompetitor aplikasi *wedding organizer* yang digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan masing-masing kompetitor dalam segi *user interface*. Kompetitor yang dipilih adalah Aplikasi BrideStory, Wedding Yes, dan Jadi Nikah. Hasil analisis kompetitor ini dapat digunakan untuk membantu proses perancangan dalam menentukan perbedaan atau diferensiasi pada rancangan *user interface* yang akan dibuat.

Pada Aplikasi BrideStory memiliki kelebihan dalam hal tata letak produk dan pemilihan warna yang selaras, sedangkan kelemahannya adalah pada halaman

beranda mengandung konten yang berlebihan sehingga terkesan padat dan membingungkan. Analisis pada aplikasi kedua yaitu Wedding Yes memiliki kelebihan dalam hal tata letak produk dikelompokkan berdasarkan kategori, menggunakan icon yang familiar dan pemilihan warna dengan kombinasi sederhana yaitu latar belakang putih dan merah muda, sedangkan kelemahannya adalah informasi vendor dan produk yang disediakan sangat minim bahkan beberapa tidak memiliki informasi sama sekali dan terdapat fitur *double* yang memiliki fungsi yang sama dalam satu halaman. Analisis pada aplikasi ketiga yaitu Jadi Nikah memiliki kelebihan dalam penempatan produk berdasarkan kategori dengan icon yang familiar dan memberikan tampilan *slideshow* pada halaman beranda sehingga meningkatkan ketertarikan pengguna, sedangkan kelemahannya adalah tidak adanya jarak antar icon, tidak konsisten dalam menggunakan warna icon satu dengan icon lainnya, pemilihan warna font dengan background yang tidak sesuai. Detail hasil analisis kompetitor dapat dilihat pada Tabel L1.1.

Berdasarkan hasil analisis kompetitor dari ketiga aplikasi tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa kompetitor memiliki permasalahan yaitu minim informasi vendor dan produk yang disediakan, tata letak yang tidak beraturan mulai dari pemilihan warna dan icon yang tidak selaras serta terdapat ilustrasi yang berlebihan. Permasalahan tersebut dapat menjadi acuan untuk memenuhi kebutuhan dalam merancang UI/UX aplikasi kedepannya.

Suatu *wedding organizer* memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda. Dalam penelitian ini fokus utama pada *wedding organizer* yang menyediakan layanan jasa dekorasi pernikahan dan menyediakan jasa tambahan seperti *makeup* pengantin, fotografer, hantaran pernikahan, dan *master of ceremony* (MC). Dalam proses pembayaran tidak melayani uang elektronik melainkan dengan transfer manual atau melalui *cash on delivery* (COD). Sehingga rancangan *Prototype* aplikasi meliputi informasi mengenai *pricelist* produk dekorasi yang tersedia, rekomendasi paket dekorasi, pemesanan paket dekorasi, konsultasi melalui *chatting*, dan rekomendasi inspirasi pernikahan terkini.

Tampilan desain pada *user interface* aplikasi dapat mempengaruhi banyak hal (Fauzi, Anugilarso, Hardika, & Saputra, 2019). Data yang disajikan oleh Google sebanyak 67% pengguna internet akan tertarik untuk melakukan transaksi apabila

website yang mereka kunjungi memiliki tampilan *user friendly* dan sebanyak 61% pengguna internet akan meninggalkan website dengan desain yang tidak *user friendly*. Model Lean UX dalam penelitian berfungsi sebagai metode yang berfokus untuk mencari cara tercepat dalam mengukur keberhasilan perancangan dan pengembangan produk namun juga tetap fokus pada tingkat pemahaman terhadap *product experience* yang akan dibuat. Tahapan Model Lean UX mengupayakan agar mendapatkan *feedback* dengan cepat sehingga dapat mengetahui apakah sistem yang dibuat sudah mencapai hasil yang diinginkan. Untuk membantu dalam mengukur *user experience* dari sebuah aplikasi yang dibuat maka dapat menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Pengukuran menggunakan UEQ termasuk evaluasi pengukuran yang meliputi 6 aspek yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, bermanfaat, dan kebaruan.

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan calon pengguna yang membantu dalam perancangan UI/UX Aplikasi Pemesanan Dekorasi Pernikahan. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 responden yang sudah ditentukan sebelumnya. Responden dapat melakukan pengisian kuesioner yang didalamnya terdapat dua bagian yakni identitas diri dan kebutuhan user persona. Kebutuhan user persona didalamnya berisi beberapa pertanyaan terkait karakter responden terkait penggunaan sosial media dan melakukan pemesanan secara online menggunakan skala likert dengan label 1 “Tidak pernah” dan label 5 “Sangat sering” serta pertanyaan dalam bentuk kotak centang dan jawaban panjang (paragraf) untuk menjawab kebutuhan responden terhadap rancangan UI/UX aplikasi. Melalui kuesioner tersebut diambil jawaban yang paling banyak dipilih dan disarankan oleh responden yaitu menyediakan detail produk dengan harganya (*pricelist*), menginginkan desain aplikasi yang mudah dipahami dengan alur yang tidak rumit, menggunakan elemen yang familiar dan pemilihan warna yang selaras antara background dan tulisan. Detail hasil jawaban kebutuhan responden dapat dilihat pada Tabel L2.1.

Saran responden dari hasil pertanyaan berupa jawaban panjang (paragraf) terhadap desain aplikasi yang dibuat yaitu menggunakan tampilan desain yang mudah dipahami dan dapat menggunakan desain yang sedang *trendy* dengan pemilihan warna, icon, dan tipografi yang tepat dan nyaman untuk dilihat.

Berdasarkan kebutuhan terkait desain aplikasi yang didapatkan dari kuesioner maka menggunakan pengujian UEQ dianggap cocok karena didalamnya terdapat aspek menyeluruh dari *usability* hingga *user experience* (pengalaman pengguna) yang mencakup kebutuhan pengguna sesuai hasil yang didapatkan dari kuesioner. Selain itu, desain yang dihasilkan dan telah dievaluasi menggunakan UEQ dapat memudahkan pengguna dalam melakukan interaksi terhadap aplikasi sehingga terdapat *experience* baru dan kepuasan dalam melakukan pemesanan dekorasi pernikahan yang sesuai kebutuhan, tidak rumit, cepat, dan tepat.

Dari hasil analisis permasalahan diatas, baik yang didapatkan dari hasil analisis kompetitor maupun penyebaran kuesioner kepada pengguna, penulis menetapkan *positioning* rancangan *user interface* aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan sebagai berikut:

1. Tampilan yang lebih mudah dipahami dan dioperasikan

Rancangan yang dibuat akan mengutamakan pada kemudahan pengguna dengan tampilan yang sederhana, menyediakan informasi produk secara detail dan menghindari ilustrasi yang berlebihan.

2. Konsisten terhadap tata letak

Tata letak informasi, ukuran dan bentuk icon bersifat seragam dengan tujuan agar terlihat rapi dan munculnya keterbiasaan pengguna atau pengguna merasa familiar dalam menggunakannya.

3. Pemilihan warna

Menghindari warna yang mencolok dengan menggunakan warna yang bersifat elegan seperti warna merah muda dan putih sebagai warna dominan yang memiliki makna kasih sayang, suci, dan menenangkan.

Maka hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah analisis perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Tahapan perancangan *user interface* dilakukan menggunakan metodologi Lean UX yang memiliki 4 tahapan yaitu *declare assumption*, *create an MVP*, *run an experiment*, dan *feedback and research*. *Prototype* yang sudah dirancang pada tahap *create an MVP*, dilakukan pengujian pada tahap *run an experiment* untuk mengetahui pengalaman pengguna dalam segi tata letak, pemilihan warna dan kemudahan dalam menggunakan. Pengujian

tersebut dilakukan sebanyak dua kali menggunakan wawancara mendalam untuk menguji terkait tata letak dan pemilihan warna pada *prototype*. Pengujian kedua menggunakan metode UEQ yang memiliki 6 aspek untuk menguji kemudahan dalam menggunakan *prototype*, dan dapat dilihat pada aspek kejelasan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana merancang UI/UX sebagai visualisasi Aplikasi Pemesanan Dekorasi Pernikahan berbasis Mobile untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat ditentukan batasan masalah dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Perancangan *prototype* aplikasi berbasis mobile
2. Perancangan desain *prototype* menggunakan tools Figma
3. Informasi yang disediakan berupa *pricelist* produk yang tersedia, rekomendasi paket dekorasi, pemesanan paket dekorasi pernikahan, konsultasi melalui *chatting*, dan rekomendasi inspirasi pernikahan terkini.
4. Transaksi pembayaran menggunakan transfer manual atau melewati *cash on delivery* (COD)
5. Pengujian iterasi pertama menggunakan wawancara mendalam sebagai pengukuran pengalaman pengguna dalam menggunakan dan memahami *prototype* kepada pelanggan suatu wedding organizer
6. Pengujian iterasi kedua menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) menggunakan 6 aspek yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, bermanfaat, dan kebaruan..

## 1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

### 1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Menghasilkan perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile sehingga dapat dipahami oleh pengguna
2. Memaksimalkan interaksi pengguna terhadap tampilan aplikasi agar dapat memberikan *user experience* yang mudah dipahami
3. Sebagai referensi *developer* dalam membangun aplikasi



UNIVERSITAS  
Dinamika

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian, penulis menjadikan penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rochmat Rizky Alfandy (2022)	Perancangan Desain Antarmuka Aplikasi Paket Pernikahan Pada Salon Lian Dengan Metode <i>Design Sprint</i>	Dalam penelitian ini menghasilkan desain antarmuka untuk tiga user yaitu pelanggan, admin, dan owner. Rancangan desain antarmuka yang dibuat berbasis <i>mobile</i> . Fitur yang tersedia meliputi rekomendasi paket pernikahan, artikel terkini, informasi paket pernikahan, dan pemesanan paket pernikahan.
<b>Perbedaan:</b> Dalam penelitian penulis menghasilkan rancangan UI/UX aplikasi untuk dua user yaitu pelanggan dan pihak <i>wedding organizer</i> yang dibuat berbasis <i>mobile</i> . Rancangan UI/UX aplikasi menyediakan fitur informasi mengenai <i>pricelist</i> produk yang tersedia, rekomendasi paket dekorasi, pemesanan paket dekorasi pernikahan, konsultasi melalui <i>chatting</i> , dan rekomendasi inspirasi pernikahan terkini.			
2	Muhammad Syafi'I (2021)	Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Pemesanan Dekorasi Pernikahan pada UKM MNDecoratoin Menggunakan Metode Lean UX	Dalam penelitian menghasilkan rancangan aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis <i>website</i> yang memiliki fitur yaitu informasi paket dekorasi yang disediakan, menu <i>gallery</i> yang menampilkan daftar paket dekorasi dengan filter harga, menu informasi kontak.
<b>Perbedaan:</b> Dalam penelitian penulis menghasilkan perancangan UI/UX aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis <i>mobile</i> yang memiliki fitur informasi mengenai <i>pricelist</i> produk yang tersedia, rekomendasi paket dekorasi, pemesanan paket dekorasi pernikahan, konsultasi melalui <i>chatting</i> , dan rekomendasi inspirasi pernikahan terkini.			
3	Nursyifa, Rini Mayasari, Agung Susilo Yuda Irawan (2021)	Penerapan Metode Lean UX Pada Perancangan UI/UX Aplikasi Digilib Unsika Versi Windows	Dalam penelitian ini menghasilkan rancangan UI/UX Aplikasi dengan menggunakan pengujian <i>Thinking Aloud</i> pada iterasi pertama yaitu pengujian dilakukan dengan cara mengoperasikan hasil <i>Prototype</i> dan memberikan pendapat terkait <i>Prototype</i> tersebut. Kemudian di akhir pengujian dilakukan tanya jawab untuk mendapatkan saran dari responden sebagai perbaikan. Pengujian iterasi kedua menggunakan <i>System Usability Scale (SUS)</i> yaitu dengan melakukan pengisian kuesioner yang berisi 10

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			pertanyaan untuk mengukur <i>usability</i> dari <i>prototype</i>
		<b>Perbedaan:</b> Dalam penelitian penulis menggunakan dua pengujian yaitu pengujian dengan wawancara mendalam dan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) yang dapat menguji <i>user experience</i> rancangan desain aplikasi meliputi 6 aspek yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, bermanfaat, dan kebaruan.	
4	Arlisa Kumala Rofik (2020)	Desain Prototipe pada Startup Talentku Menggunakan Metode Lean Ux Startup	Dalam penelitian ini menghasilkan startup berbasis website yang dirancang menggunakan metode Lean UX melalui pengujian A/B testing. Pengujian tersebut dilakukan dengan memberikan kuesioner dengan menunjukkan dua <i>prototype</i> A dan B sehingga responden diminta untuk memilih diantara kedua <i>prototype</i> tersebut
		<b>Perbedaan :</b> Dalam penelitian penulis menghasilkan perancangan UI/UX aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile dengan menggunakan pengujian wawancara mendalam dan metode <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) untuk meningkatkan pengalaman pengguna	

## 2.2 User Interface

*User Interface* (UI) merupakan bagian dari sistem informasi yang membutuhkan interaksi pengguna untuk melakukan *input* dan *output* (Satzinger, 2010). *User Interface* berfokus pada keindahan tampilan dengan menentukan pilihan warna yang bagus untuk tampilan website atau aplikasi agar terlihat lebih menarik. Selain itu, semua hal yang terlihat pada layar, membaca dalam dokumentasi dan dimanipulasi dengan keyboard atau mouse juga merupakan bagian dari *user interface*. Istilah *user interface* digunakan sebagai pengganti istilah *Human Computer Interaction* (HCI) yaitu semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. Terdapat lima tipe interaksi pada *user interface*:

### 1. Direct Manipulation

*Direct Manipulation* adalah tipe interaksi *user interface* dengan pengoperasian secara langsung atau berinteraksi langsung dengan objek pada layar. Misalnya pada perintah *delete* file, ketika pengguna melakukan *delete* file maka sistem akan memasukkan file tersebut ke *trash* atau *recycle bin*.

### 2. Menu Selection

*Menu Selection* adalah tipe interaksi *user interface* dengan menyediakan pilihan dalam bentuk daftar menu. Misalnya pada saat *click* kanan, pengguna dapat memilih beberapa pilihan menu seperti *cut*, *copy*, *paste*, *rename*, dan lainnya.



### 3. *Form fill-in*

*Form fill-in* adalah tipe interaksi *user interface* dengan menyediakan *form* yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tertentu. Misalnya *form* untuk pengisian data pribadi pengguna saat melakukan registrasi akun.

### 4. *Command Language*

*Command Language* adalah tipe interaksi *user interface* dengan menuliskan perintah dengan bahasa *command language* sehingga pengguna diharuskan untuk mengingat sintaks dan nama perintah. Misalnya *command* pada *operating system* di BIOS, CentOS, maupun Debian.

### 5. *Natural Language*

*Natural Language* adalah tipe interaksi *user interface* dengan menggunakan bahasa alami atau bahasa sehari-hari sebagai perintah untuk mendapatkan hasil. Misalnya pada saat menggunakan *search engine* untuk mencari informasi yang diperlukan.

## 2.3 **Lean User Experience (Lean UX)**

*Lean User Experience* adalah metode untuk membawa sifat produk agar memiliki kesuksesan dan keberhasilan yang lebih kolaboratif dengan berfokus untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman produk yang sedang dirancang dengan meminimalkan fokus pada dokumentasi (Jeff Gothelf, 2013).

Konsep Lean UX biasanya melibatkan penggunaan papan tulis kecil atau catatan tempel sebelum beralih ke desain UI. Metode ini tentu sangat efisien, tetapi tidak fokus pada pengguna di tahap awal pengembangan. Metode ini hanya relevan bagi pengguna ketika desain UI selesai (Nurhabibie, Paputungan, & Suranto, 2020). Sebuah perancangan dengan Lean UX yaitu pengembang tidak mengirimkan banyak hasil di awal iterasi, melainkan menyajikan gambar mentah untuk perbaikan lebih lanjut berdasarkan umpan balik pengguna. Siklus ini diulang sampai model yang sesuai tercapai. Sementara desain UX tradisional membutuhkan detail *requirements* terlebih dahulu, Lean UX berfokus pada umpan balik dan peningkatan dengan setiap iterasi desain.

Berikut ini adalah penjelasan metode Lean UX yang memiliki 4 tahapan pengembangan yaitu *declare assumptions*, *create an MVP*, *run an experiment*, dan *feedback and research*. Tahapan-tahapan tersebut membentuk suatu siklus yang terhubung satu sama lain.



Gambar 2.1 Tahapan metode Lean UX

## 2.4 User Experience

*User Experience* (UX) adalah salah satu strategi mendesain produk, sistem, jasa yang berfokus pada sudut pandang pengguna sehingga dapat terlihat bagaimana interaksi pelanggan dengan perusahaan melalui produk yang sudah dihasilkan. *User experience* dapat menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa tersebut (ISO 9241-210, 2009).

Terdapat 4 poin utama dalam *user experience* yaitu (1) mendefinisikan *value* yang dapat diberikan ke pengguna dan mengeksplorasi produk apakah dapat mencapai tujuan bisnis; (2) mengidentifikasi setiap kesempatan yang dapat meningkatkan kualitas produk dan mengeksplorasi setiap fase interaksi agar dapat mengidentifikasi sesuai dengan komponen yang sudah ditentukan; (3) merencanakan pengembangan dan peningkatan produk secara terus-menerus; (4) mengidentifikasi kesuksesan produk dan metode yang digunakan untuk melakukan validasi keberhasilan produk tersebut.

### 2.4.1 Declare Assumptions

Hal pertama yang dilakukan pada tahap *declare assumptions* yaitu mengumpulkan informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh pengguna dan ruang lingkup permasalahan dengan cara wawancara dan observasi. Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan maka akan ditentukan daftar asumsi yang berisi

pernyataan ide, gagasan, dan masalah yang dihadapi oleh pengguna. Dengan daftar asumsi yang telah dibuat, maka dapat ditentukan dugaan pernyataan yang ingin dicapai sebagai patokan atau ukuran terhadap solusi yang akan diimplementasikan terhadap permasalahan yang ada hingga didapatkan hasil evaluasi yang digunakan pada proses perancangan berikutnya.

#### **2.4.2 Create an MVP**

Tahap *create an MVP* merupakan tahapan pembuatan MVP (*Minimum Viable Product*) yang membantu dalam *testing* atau pengujian asumsi kepada pengguna untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan mencapai hasil yang diinginkan. MVP merupakan ide dasar pada konsep pengujian sehingga apabila gagal dalam melakukan pengujian maka pengembangan desain akan dilakukan secara berulang. MVP yang dibuat dapat berupa *sketching*, *wireframe*, maupun *prototype*.

#### **2.4.3 Run an Experiment**

Tahap *run an experiment* yaitu proses pengujian *prototype*. Pengujian tersebut akan menghasilkan informasi tentang seberapa baik produk tersebut, bagaimana penggunaan produk tersebut, dan apakah produk tersebut layak untuk dikembangkan.

#### **2.4.4 Feedback and Research**

Tahap *feedback and research* yaitu tahapan untuk melakukan validasi asumsi-asumsi yang ada sebelumnya berdasarkan proses pengujian *prototype* kepada pengguna. *Feedback* dari hasil pengujian tersebut dianalisis untuk mengetahui tingkat keberhasilan *prototype*. Sehingga apabila ditemukan saran dan masukan dari pengguna dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan dan pengembangan produk

### **2.5 Prototype**

*Prototype* adalah suatu model berskala kecil dari keseluruhan sistem atau model yang berisi komponen dari sistem baru yang paling menarik bagi pengguna.

Pembuatan *prototype* dimulai dengan mengumpulkan kebutuhan dari segi *input* dan *output* serta gambaran *interface* untuk mendefinisikan obyektif keseluruhan dari perangkat lunak, kemudian dilakukan perancangan yang nantinya hasil perancangan akan dilakukan pengujian dan evaluasi. Untuk penggunaan *tool* atau alat bantu dalam pembuatan *prototype* harus mempertimbangkan hal-hal seperti pengguna yang berinteraksi dengan *prototypenya*, pengalaman yang ingin didapat, dan durasi waktu pembuatan *prototype*.

Terdapat berbagai macam teknik atau cara dalam pembuatan *prototype* diantaranya:

1. *Paper prototyping*, yaitu memanfaatkan kertas, spidol, dan sticky note untuk membuat *prototype* sehingga efisiensi waktu dan biaya karena tidak membutuhkan *resources* yang besar.
2. *Wireframing*, yaitu menggunakan konsep layout yang akan diterapkan pada proses *interactive prototype*. Teknik ini biasanya sudah ditambahkan ikon dan memiliki konten atau isi sehingga terlihat rapi dan tersusun dengan baik. Untuk pembuatan *prototype* menggunakan teknik *wireframing* membutuhkan *tools* seperti Corel Draw, Adobe Illustrator, Microsoft Visio, atau Adobe Photoshop.
3. *Interactive prototype*, yaitu teknik *Prototype* yang mana berisi penjelasan lebih detail daripada *wireframing* karena dalam segi visual dan kontennya sudah dilengkapi dengan pewarnaan dan disertai dengan transisi atau animasi antar menu dan fiturnya sehingga pengalaman yang didapatkan pada *prototype* ini layaknnya menggunakan aplikasi yang telah selesai dibuat. Untuk *tools* yang dapat digunakan untuk membuat *interactive prototype* adalah Adobe Experience Design, Figma, Adobe XD, dan Invision.

## 2.6 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan data yang menjadi fokus perhatian peneliti dalam rentang dan durasi tertentu. Populasi berhubungan dengan data-data, jika sebuah data diberikan oleh seorang manusia, maka jumlah banyaknya manusia akan sama dengan banyaknya populasi (Margono, 2017).

Sampel adalah sejumlah sifat-sifat yang dimiliki populasi yang digunakan dalam penelitian dan benar-benar mewakili untuk dipakai dalam pengukuran data

(Sujarweni, 2015). Terdapat beberapa keuntungan yang didapatkan apabila penelitian sampel, diantaranya adalah:

1. Mengurangi biaya (*Reduce Cost*)
2. Lebih cepat (*Greater Speed*)
3. Jangkauan lebih luas (*Greater Scope*)
4. Akurasi lebih baik (*Greater Accuracy*)

## 2.7 *User Experience Questionnaire (UEQ)*

*User Experience Questionnaire (UEQ)* merupakan teknik yang dapat digunakan untuk mengukur dan memberikan gambaran yang meliputi aspek kegunaan hingga pengalaman pengguna (Gray & Wardle, 2012). UEQ dapat mengukur penilaian pengalaman pengguna produk interaktif secara cepat dan biasanya dibutuhkan waktu selama 3 – 5 menit dalam membaca dan menyelesaikan kuesioner. Melalui kuesioner tersebut pengguna dapat menilai dan mengekspresikan perasaan, kesan, dan sikap yang timbul pada saat memakai suatu produk. Sehingga apabila terdapat produk baru akan diluncurkan atau apabila terdapat produk yang sudah ada sedang dievaluasi maka pertanyaan yang muncul adalah ‘Apakah produk menciptakan pengalaman pengguna yang positif’ dan ‘Bagaimana perasaan pengguna mengenai produk?’.

*User Experience Questionnaire (UEQ)* mencakup 6 aspek dan masing-masing aspek memiliki beberapa butir pernyataan. Adapun penjelasan 6 aspek tersebut adalah:

1. Daya Tarik (*attractiveness*), yaitu aspek yang berhubungan dengan ketertarikan pengguna secara keseluruhan terhadap produk. Dalam aspek ini terdapat beberapa item ukuran diantaranya *annoying/enjoyable*, *good/bad*, *unlikable/pleasing*, *unpleasant/pleasant*, *attractive/unattractive*, *friendly/unfriendly*.
2. Efisiensi (*efficiency*), yaitu aspek yang berhubungan dengan kecepatan pengguna dalam menyelesaikan tugas. Dalam aspek ini terdapat beberapa item ukuran diantaranya *fast/slow*, *inefficient/efficient*, *impractical/practical*, *organized/cluttered*.

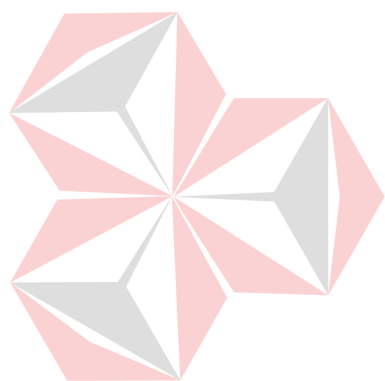
3. Kejelasan (*perspicuity*), yaitu aspek yang berhubungan dengan kemudahan dalam penggunaan dan memahami suatu produk. Dalam aspek ini terdapat beberapa item ukuran diantaranya *not understandable/ understandable, easy to learn/difficult to learn, complicated/ easy, clear/confusing*.
4. Ketepatan (*dependability*), yaitu aspek yang berhubungan dengan pengendalian interaksi pengguna terhadap suatu produk. Dalam aspek ini terdapat beberapa item ukuran diantaranya *unpredictable/predictable, obstructive/ supportive, secure not secure, meets expectations/does not meet expectations*.
5. Stimulasi (*stimulation*), yaitu aspek yang berhubungan dengan tingkat motivasi pengguna terhadap suatu produk. Dalam aspek ini terdapat beberapa item ukuran diantaranya *valuable/inferior, boring/exiting, not interesting/interesting, motivating/demotivating*.
6. Kebaruan (*novelty*), yaitu aspek yang berhubungan dengan inovatif dan kreatif suatu produk. Dalam aspek ini terdapat beberapa item ukuran diantaranya *creative/dull, inventive/ conventional, usual leading edge, conservative/innovative*.

Selain itu proses analisa data menggunakan UEQ cukup efisien dengan menggunakan *Excel-sheet* yang telah disediakan dan menyediakan format untuk membantu menganalisa data dan dapat diakses secara gratis dalam *website* resmi UEQ. Hasil pengujian dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dianalisis untuk menentukan aspek mana yang kurang atau perlu diperbaiki untuk mencapai tujuan penelitian yaitu meningkatkan pengalaman pengguna.

Dalam pengujian UEQ terdapat uji benchmark yaitu membandingkan produk yang dibuat dengan kumpulan data set benchmark. Hasil dari uji benchmark menghasilkan pengelompokkan kategori diantaranya adalah *bad, below average, above average, good, dan excellent*. Adapun benchmark interval untuk skala UEQ dapat dilihat pada Gambar 2.2.

	<b>Excellent</b>	<b>Good</b>	<b>Above Average</b>	<b>Below Average</b>	<b>Bad</b>
<b>Daya Tarik</b>	$\geq 1,75$	1,52 - 1,75	1,17 - 1,52	0,7 - 1,17	$< 0,7$
<b>Kejelasan</b>	$\geq 1,9$	1,56 - 1,9	1,08 - 1,56	1,08 - 1,56	$< 0,64$
<b>Efisiensi</b>	$\geq 1,78$	1,47 - 1,78	0,98 - 1,47	0,54 - 0,98	$< 0,54$
<b>Ketepatan</b>	$\geq 1,65$	1,48 - 1,65	1,14 - 1,48	0,78 - 1,14	$< 0,78$
<b>Stimulasi</b>	$\geq 1,55$	1,31 - 1,55	0,99 - 1,31	0,5 - 0,99	$< 0,5$
<b>Kebaruan</b>	$\geq 1,4$	1,05 - 1,4	0,71 - 1,05	0,3 - 0,71	$< 0,3$

Gambar 2.2 Benchmark interval untuk Skala

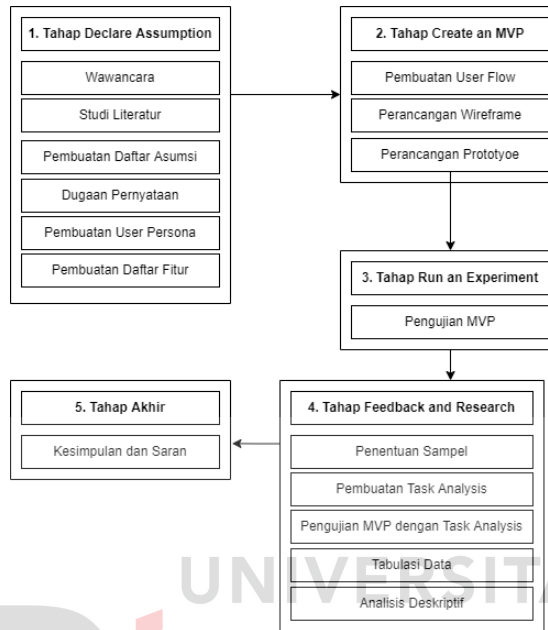


UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan metode penelitian yang dilakukan memiliki lima tahapan yang dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Metodologi penelitian

#### 3.1 Tahap *Declare Assumption*

Tahap *declare assumption* adalah tahap mengumpulkan informasi yang dapat digunakan untuk mengetahui kebutuhan pengguna baik untuk konsumen dan pihak WO. Dari hasil wawancara dilakukan pembuatan daftar asumsi, dugaan pernyataan, *user persona* dan daftar fitur. Sehingga informasi kebutuhan yang dihasilkan pada tahap *declare assumption* dapat dijadikan sebagai acuan dalam merancang *prototype* aplikasi di tahap *create an MVP*.

##### 3.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan bantuan *google form* kepada 30 responden yaitu calon pengguna aplikasi untuk mendapatkan informasi terkait pengalaman dan kebutuhan dari segi konsumen. Selain itu, juga dilakukan wawancara kepada dua *Owner* salah satu *wedding organizer* dengan tujuan untuk mendapatkan informasi kebutuhan dari segi pihak WO. Hasil wawancara dibuat sebagai referensi



dalam mengembangkan perancangan tampilan aplikasi agar dapat meningkatkan pengalaman pengguna.

### 3.1.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mencari sumber referensi yang akurat untuk menambahkan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang didapatkan dari jurnal, artikel laporan, dan situ-situs internet juga berguna untuk pemahaman dalam melakukan perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan.

### 3.1.3 Pembuatan Daftar Asumsi

Daftar asumsi berisi daftar pernyataan berupa ide dan pendapat. Asumsi yang dibuat dapat dijadikan sebagai arah dan landasan dalam melakukan perancangan *prototype* agar sesuai dengan hasil wawancara kepada pengguna.

### 3.1.4 Dugaan Pernyataan

Dugaan pernyataan digunakan untuk menguji asumsi yang telah dibuat sebelumnya. Dugaan pernyataan dibuat dengan mengubah asumsi menjadi sebuah kalimat dugaan pernyataan yang bertujuan untuk memudahkan pengujian.

### 3.1.5 Pembuatan *User Persona*

*User persona* dibuat dengan tujuan untuk lebih memahami penggunanya dengan menentukan siapa yang menggunakan produk (akan menggunakan) dan mengapa menggunakan produk ini sehingga *user persona* dapat membantu mengetahui kebutuhan penggunanya. Informasi yang didapatkan dari tahap wawancara dijadikan dalam bentuk *persona card* berisi informasi terkait data pribadi pengguna, kendala pengguna, dan kebutuhan atau solusi yang diharapkan oleh pengguna.

### 3.1.6 Pembuatan Daftar Fitur

Daftar fitur dibuat berdasarkan informasi yang telah didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan. Fitur yang dibuat diimplementasikan pada rancangan MVP dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

## 3.2 Tahap *Create an MVP*

Tahap *create an MVP* adalah tahapan pembuatan MVP (*Minimum Viable Product*) yang membantu dalam *testing* atau pengujian asumsi kepada pengguna. Dari hasil pengumpulan informasi kebutuhan yang dilakukan pada tahap *declare assumption* maka pada tahap ini dilakukan pembuatan *user flow*, perancangan *wireframe* dan *prototype* sehingga *prototype* tersebut dapat dilakukan pengujian kepada pengguna.

### 3.2.1 Pembuatan *User Flow*

*User flow* merupakan tahapan atau langkah-langkah dari awal hingga akhir yang dilakukan pengguna pada saat berinteraksi dengan *prototype*. Dari tahap ini akan menghasilkan dua kategori *user flow* yaitu *user flow* konsumen dan *user flow* pihak WO.

### 3.2.2 Perancangan *Wireframe*

Perancangan *wireframe* yaitu tahap pembuatan *prototype* dengan warna hitam dan putih untuk memberikan kerangka *layout* dan gambaran konten serta fitur apa saja yang ada pada aplikasi untuk diimplementasikan pada *prototype*. Dalam *wireframe* berisi elemen-elemen seperti letak *layout* mulai dari *header*, *body content*, menu link, *footer* dan penempatan ikon. Pada tahap ini menghasilkan perancangan *wireframe* untuk konsumen dan *wireframe* untuk pihak WO.

### 3.2.3 Perancangan *Prototype*

Perancangan *prototype* yaitu tahap pembuatan berisi penjelasan lebih detail daripada *wireframing* baik dalam segi visual dan kontennya. *Tools* yang dipakai untuk merancang *prototype* adalah Figma. Pada tahap ini menghasilkan perancangan *prototype* untuk konsumen dan *prototype* untuk pihak WO.

### 3.3 Tahap *Run an Experiment*

Tahap *run an experiment* yaitu proses pengujian *prototype* kepada konsumen dan pihak *wedding organizer* dengan tujuan untuk memastikan *prototype* berjalan dengan sesuai dan dapat mengetahui tingkat pengalaman pengguna setelah berinteraksi dengan *prototype* yang sudah dibuat di tahap *create an MVP*.

#### 3.3.1 Penentuan Sampel

Pada tahap ini dijelaskan mengenai penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Sampel yang diambil merupakan masyarakat umum atau calon pengguna aplikasi yang diambil menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sebanyak 30 responden. Dengan jumlah tersebut maka distribusi nilai sudah dianggap normal sesuai dengan teorema limit pusat.

#### 3.3.2 Pengujian MVP

Tahap pengujian dilakukan sebanyak dua kali yaitu iterasi pertama dilakukan dengan wawancara mendalam sebagai rangkaian uji coba *prototype* dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada 5 konsumen dan 2 orang dari pihak *wedding organizer*. Hasil pengujian akan dicatat untuk melakukan perbaikan MVP.

Pada iterasi kedua dilakukan pengujian MVP dilakukan menggunakan metode UEQ yang mencakup 6 aspek yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, bermanfaat, dan kebaruan kepada responden yang sudah ditentukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang didalamnya terdapat beberapa pernyataan sesuai dengan item pengukuran pada masing-masing aspek.

### 3.4 Tahap *Feedback and Research*

Tahap *feedback and research* yaitu tahapan untuk melakukan validasi asumsi-asumsi yang ada sebelumnya berdasarkan proses pengujian *prototype* menggunakan wawancara mendalam dan pengujian UEQ. Pada tahap ini menghasilkan analisa berdasarkan hasil pengujian untuk mengetahui tingkat pengalaman pengguna terhadap *prototype* yang sudah dibuat.

### 3.4.1 Analisa Hasil Pengujian Iterasi Pertama

Pada tahap ini dilakukan analisa hasil pengujian iterasi pertama. Hasil yang didapatkan melalui wawancara mendalam dengan responden akan dianalisis untuk mengetahui hal-hal yang harus diperbaiki pada *prototype* tersebut. Saran atau masukan yang didapatkan melalui wawancara mendalam dapat dijadikan patokan untuk memperbaiki *prototype*.

### 3.4.2 Perbaikan *Prototype*

Pada tahap ini dilakukan perbaikan *prototype* sesuai dengan *feedback* yang didapat pada pengujian iterasi pertama melalui wawancara mendalam. Perbaikan *prototype* akan menghasilkan perancangan *prototype* baru sehingga dapat digunakan sebagai bahan pengujian iterasi kedua.

### 3.4.3 Pengujian MVP Iterasi Kedua

Pada tahap ini dilakukan pengujian iterasi kedua menggunakan metode UEQ. Hasil perbaikan *prototype* dapat digunakan untuk bahan pengujian iterasi kedua. Pada pengujian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan bantuan *google form* yang akan diisi sebanyak 30 responden.

### 3.4.4 Analisa Hasil Pengujian Iterasi Kedua

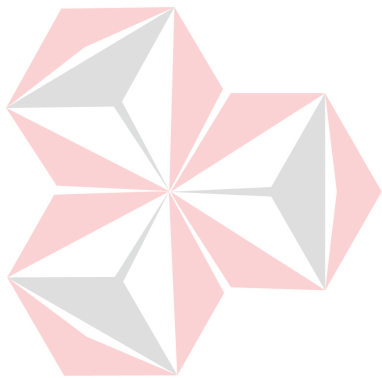
Pada tahap ini dilakukan analisa hasil pengujian iterasi kedua. Analisa dilakukan dengan bantuan UEQ *analysis tool* untuk mengetahui tingkat pengalaman pengguna ketika melakukan pemesanan dekorasi pernikahan setelah dilakukan perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile

## 3.5 Tahap Akhir

Pada tahap ini merupakan tahap akhir dari penelitian dengan menentukan kesimpulan dan saran dari hasil perancangan UI/UX aplikasi dan analisis pengujian.

### 3.5.1 Kesimpulan dan Saran

Setelah dilakukan perancangan UI/UX aplikasi dan analisa berdasarkan hasil pengujian kepada pengguna, maka didapatkan kesimpulan dan saran yang menjawab kebutuhan pengguna sesuai *positioning*, sehingga menghasilkan perancangan UI/UX aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna khususnya dalam segi *user interface* yaitu tata letak, pemilihan warna dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Tahap *Declare Assumption*

##### 4.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan kepada calon pengguna aplikasi baik konsumen dan pihak *wedding organizer* dengan tujuan untuk membantu dalam menentukan kebutuhan pengguna sehingga dapat diimplementasikan dalam perancangan aplikasi. Hasil wawancara kepada konsumen dilakukan melalui kuesioner yang dapat dilihat pada Tabel L2.1, sedangkan hasil wawancara kepada pihak *wedding organizer* menghasilkan informasi mengenai sasaran bisnis dan fitur yang diusulkan untuk diimplementasikan pada aplikasi. Sasaran bisnis yang didapatkan dari hasil wawancara dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Sasaran Bisnis

No	Sasaran Bisnis
1	Meningkatnya kualitas pelayanan jasa pemesanan dekorasi pernikahan
2	Meningkatnya permintaan layanan dari konsumen
3	Meningkatnya promosi
4	Meningkatnya konsumen baru

##### 4.1.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan referensi sesuai dengan topik dalam menyelesaikan permasalahan yang digunakan untuk pemahaman dalam melakukan perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan, diantaranya adalah referensi terkait *user interface* (UI), *user experience* (UX), *lean ux*, dan *user experience questionnaire* (UEQ). Referensi tersebut didapatkan dari beberapa jurnal, artikel laporan, dan situs-situs internet.

##### 4.1.3 Pembuatan Daftar Asumsi

Berdasarkan analisis kompetitor dan hasil kuesioner yang didapatkan maka informasi kebutuhan atau saran dari pengguna dijadikan sebuah asumsi yang dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Daftar Asumsi

No	Asumsi
1	Pelanggan membutuhkan informasi paket dekorasi pernikahan

No	Asumsi
2	Pelanggan membutuhkan desain aplikasi yang mudah digunakan dengan alur yang tidak rumit
3	Pelanggan menginginkan desain kekinian dan familiar untuk digunakan

#### 4.1.4 Dugaan Pernyataan

Berdasarkan daftar asumsi dapat dijadikan sebuah kalimat dugaan pernyataan yaitu “Dengan menerapkan *user interface* yang baik maka dapat meningkatkan pengalaman pengguna”.

#### 4.1.5 Pembuatan *User Persona*

Responden yang dipilih dari hasil penyebaran kuesioner kepada 30 responden adalah responden dengan kriteria pengguna internet usia lebih dari 19 tahun yang berstatus belum menikah. Responden yang dipilih adalah Fikaliah Kusnandar Ririn Uli Riwu berusia 22 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa dan mengharapkan adanya aplikasi dekorasi pernikahan tidak hanya memudahkan dalam pemesanan namun dapat memudahkan dalam berkonsultasi. *User persona* konsumen telah dibuat dalam bentuk *persona card* yang dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 *User persona* konsumen

Pengguna aplikasi untuk pihak *wedding organizer* dipilih berdasarkan hasil wawancara adalah responden dengan kriteria pengguna memiliki jasa pemesanan dekorasi pernikahan modern dan tradisional yang berdomisili di daerah Mojokerto dan sekitarnya yang mengharapkan adanya aplikasi yang dapat mengelola pesanan dan memudahkan menyampaikan informasi produk pada konsumen. *User persona*

pihak WO telah dibuat dalam bentuk *persona card* yang dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 User persona pihak WO

#### 4.1.6 Pembuatan Daftar Fitur

Berdasarkan hasil analisis kompetitor dan hasil wawancara, perancangan UI/UX aplikasi harus memiliki fitur yang menjadi keunggulan dan dapat menyelesaikan kelemahan dari kompetitor. Beberapa fitur yang diusulkan adalah

Tabel 4.3 Daftar fitur yang diusulkan

No	Aktor	Fitur yang diusulkan
1	Konsumen	Informasi <i>pricelist</i> produk yang tersedia Rekomendasi paket dekorasi Pemesanan paket dekorasi <i>Chatting</i> sebagai komunikasi antara pihak <i>wedding organizer</i> dengan pengguna Rekomendasi inspirasi pernikahan terkini berupa foto dan artikel
2	Pihak WO	Informasi grafik penjualan tiap bulan Pengelolaan produk Pengelolaan pesanan Pengelolaan inspiration

## 4.2 Tahap *Create an MVP*

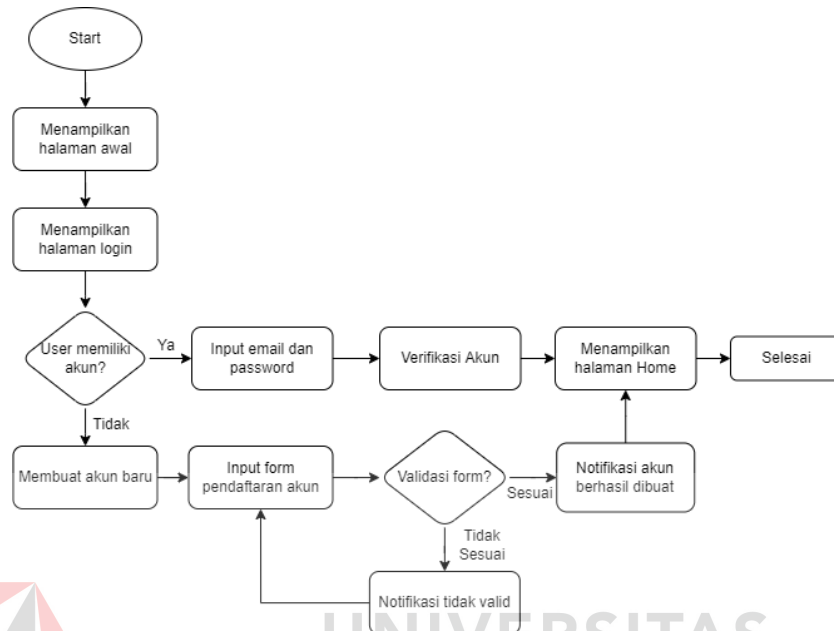
### 4.2.1 Pembuatan *User Flow*

*User flow* menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dari sisi pengguna untuk menyelesaikan suatu pekerjaan mulai dari melakukan login, mencari dan memesan produk bagi konsumen, serta mengelola produk, mengelola pesanan bagi pihak WO. Berikut adalah penjelasan dari beberapa *user flow* yang terdiri dari *user flow* konsumen dan *user flow* pihak WO.



## 1. *User flow* Konsumen

### a. *User flow* Login dan Daftar

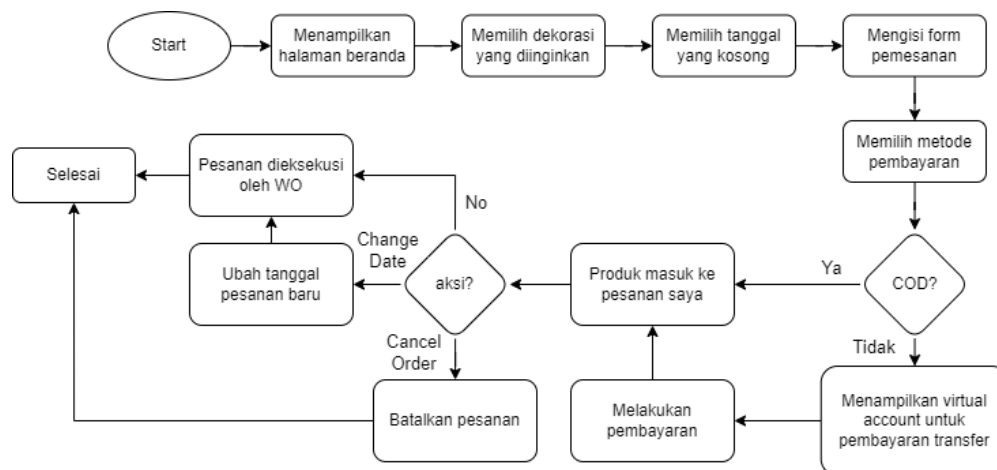


Gambar 4.3 *User flow* login dan daftar konsumen

Sebelum konsumen dapat mengakses dan berinteraksi dalam aplikasi maka konsumen harus memiliki akun yang sudah terdaftar. Dimulai dari aplikasi menampilkan halaman awal dari aplikasi selanjutnya aplikasi akan menampilkan halaman *login*. Untuk *user* yang sudah memiliki akun maka dapat menginputkan *email* dan *password*, *email* dan *password* yang sudah diinput akan diverifikasi dengan tujuan agar akun tersebut dimiliki dan dioperasikan oleh perorangan nyata tertentu (terverifikasi).

Konsumen yang belum memiliki akun maka dapat melakukan pendaftaran dengan memilih button *register* dan akan ditampilkan *form* pendaftaran akun. Konsumen yang berhasil menginputkan *email* dan *password* pada halaman *sign in* atau berhasil membuat akun baru maka dapat mengakses halaman home pada aplikasi.

### b. *User flow* Pemesanan Dekorasi

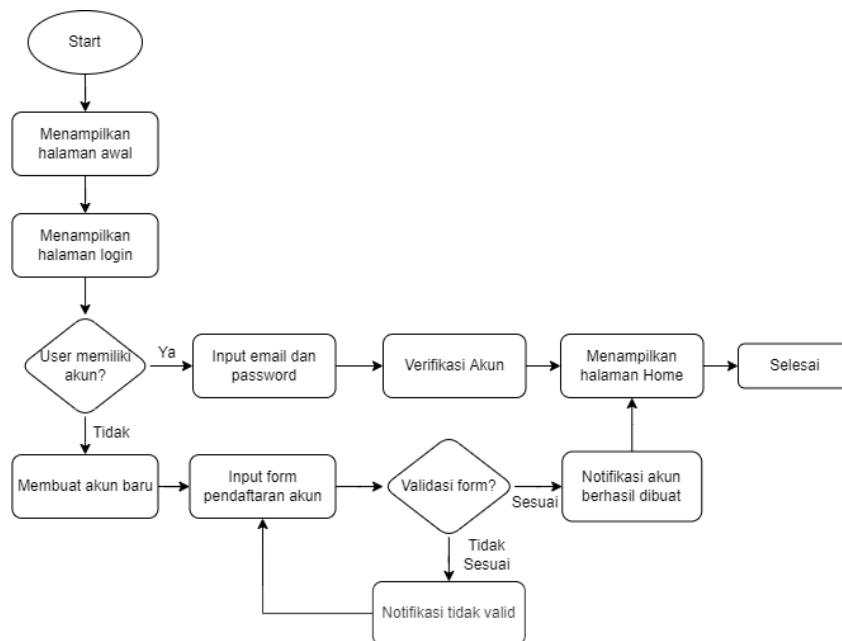


Gambar 4.4 *User flow* pemesanan dekorasi

Konsumen yang ingin melakukan pemesanan dekorasi dapat mengakses halaman home (beranda) dan memilih dekorasi yang tersedia. Setelah konsumen memilih dekorasi yang diinginkan maka dapat menentukan tanggal yang kosong kemudian dapat melanjutkan untuk mengisi *form* pemesanan. Dalam *form* pemesanan user dapat menginputkan jasa tambahan kemudian dapat melanjutkan untuk memilih metode pembayaran. Apabila konsumen memilih metode pembayaran menggunakan COD maka pesanan dapat langsung masuk pada menu pesanan saya, sedangkan apabila konsumen memilih metode pembayaran transfer maka akan ditampilkan kode *virtual account* dan dapat melakukan pembayaran terlebih dahulu sehingga pesanan dapat masuk pada menu pesanan saya. Setelah pesanan masuk maka konsumen dapat memilih untuk melakukan perubahan tanggal pesanan atau membatalkan pesanan, sehingga pesanan akan segera dieksekusi oleh pihak *wedding organizer*.

## 2. User flow Pihak WO

### a. User flow Login dan Daftar Pihak WO

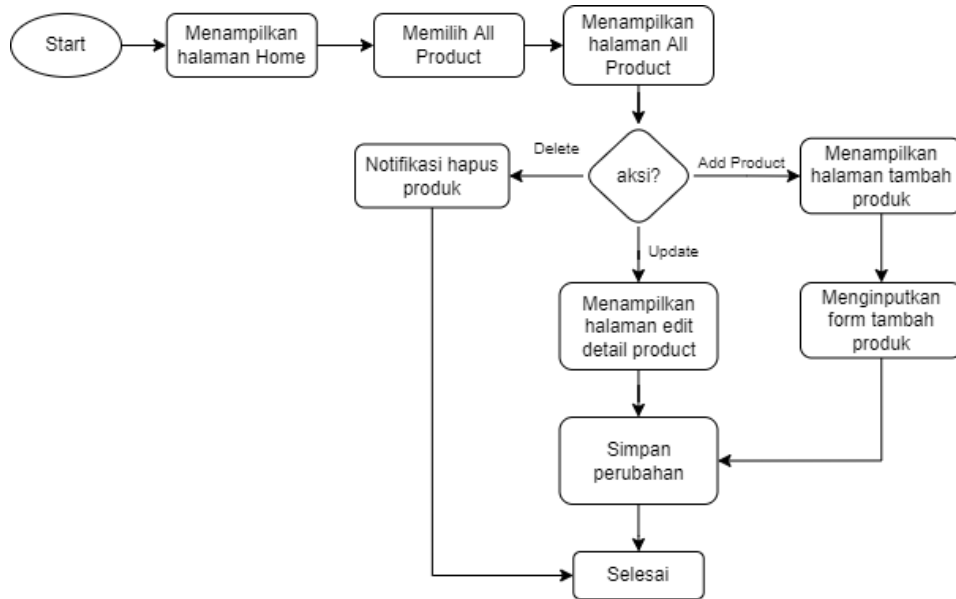


Gambar 4.5 User flow login dan daftar pihak WO

Sebelum pihak WO dapat mengakses dan berinteraksi dalam aplikasi maka pihak WO harus memiliki akun yang sudah terdaftar. Dimulai dari aplikasi menampilkan halaman awal dari aplikasi selanjutnya aplikasi akan menampilkan halaman *login*. Untuk pihak WO yang sudah memiliki akun maka dapat menginputkan *email* dan *password*, *email* dan *password* yang sudah diinput akan diverifikasi dengan tujuan agar akun tersebut dimiliki dan dioperasikan oleh perorangan nyata tertentu (terverifikasi).

Pihak WO yang belum memiliki akun maka dapat melakukan pendaftaran dengan memilih button *register* dan akan ditampilkan *form* pendaftaran akun. Pihak WO yang berhasil menginputkan *email* dan *password* pada halaman *sign in* atau berhasil membuat akun baru maka dapat mengakses halaman home pada aplikasi.

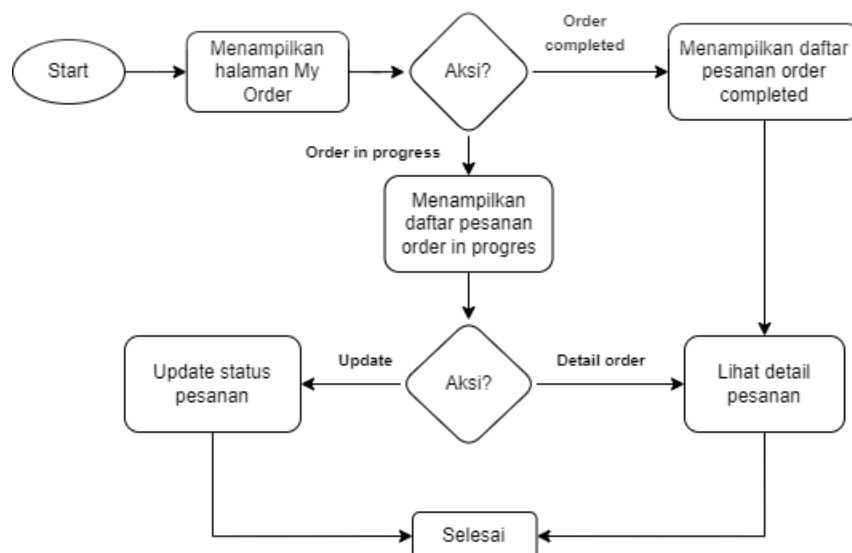
### b. User flow Pengelolaan Produk



Gambar 4.6 User flow pengelolaan produk

Pihak WO dapat melakukan pengelolaan terhadap produk dekorasi yang tersedia. Untuk mengelola produk, pihak WO dapat mengakses menu home dan memilih *all product*, maka aplikasi akan menampilkan halaman *all product*. Pada halaman *all product* akan ditampilkan daftar produk yang disediakan oleh WO dan pihak WO dapat melakukan tambah produk, edit produk, dan hapus produk.

### c. User flow Pengelolaan Pesanan

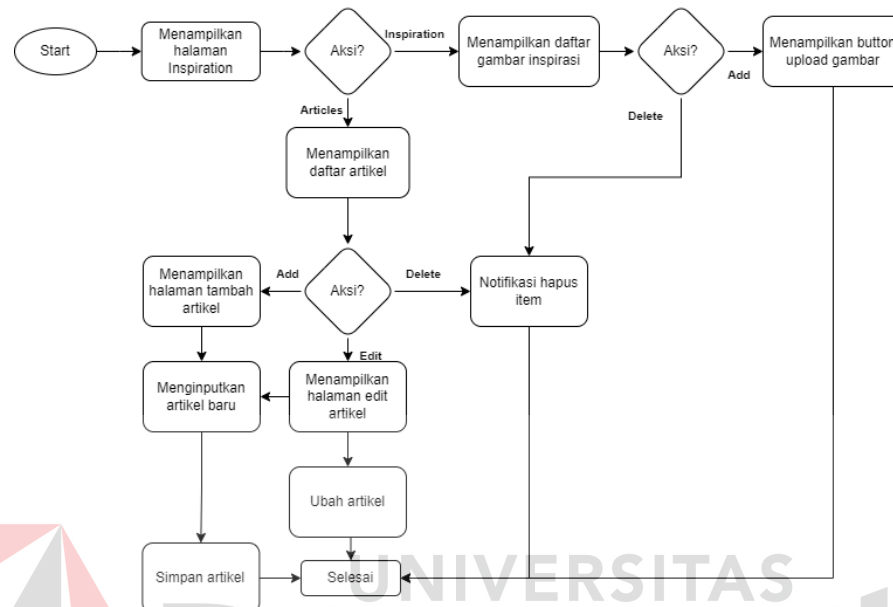


Gambar 4.7 User flow pengelolaan pesanan

Pihak WO dapat melakukan pengelolaan pesanan yang masuk. Pesanan dari konsumen akan ditampilkan pada menu *my order*. Pihak WO dapat mengakses

halaman *my order* sehingga aplikasi akan menampilkan daftar pesanan dekorasi dalam dua kategori yaitu *order in progress* dan *order completed*. Dalam kategori *order in progress*, pihak WO dapat melakukan *update* status pesanan sesuai dengan aktivitas pesanan tersebut.

#### d. User flow Pengelolaan Inspiration



Gambar 4.8 User flow pengelolaan *inspiration*

Pihak WO dapat melakukan pengelolaan inspirasi yang berupa artikel dan inspirasi foto. Pada masing-masing jenis inspirasi baik artikel maupun inspirasi foto, pihak WO dapat melakukan tambah dan hapus item. Pada halaman artikel, pihak WO dapat mengubah masing-masing artikel.

### 4.2.2 Perancangan Wireframe

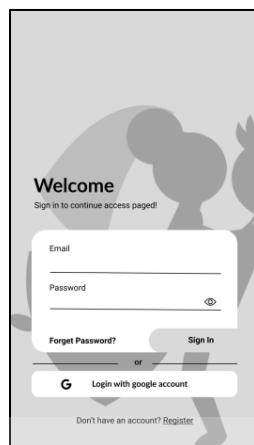
*Wireframe* yaitu tahap pembuatan *prototype* dengan warna hitam dan putih untuk memberikan kerangka *layout* dan gambaran konten serta fitur apa saja yang ada pada aplikasi untuk diimplementasikan pada *prototype*. Berikut ini adalah hasil dari *wireframe* konsumen dan *wireframe* pihak WO.

#### 1. Wireframe Konsumen

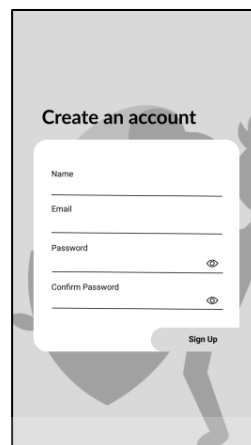
##### a. Halaman Sign In (Masuk)

Pada *wireframe* halaman *sign in* terdapat *form* yang berisi *email* dan *password* untuk masuk kedalam aplikasi. *Form* untuk *sign in* berada dalam satu kotak beserta dengan button *Sign In* dan button tulisan *forgot password?*. Selain itu juga terdapat

area button untuk masuk dengan akun google. Di bagian *footer* terdapat informasi berupa pertanyaan terkait pengguna yang belum memiliki akun untuk masuk sehingga dapat memilih button yaitu *register*. *Wireframe* halaman *sign in* dapat dilihat pada Gambar 4.9 sedangkan *wireframe* halaman *sign up* dapat dilihat pada Gambar 4.10.



Gambar 4.9 *Wireframe* halaman *sign in* konsumen



Gambar 4.10 *Wireframe* halaman *sign up* konsumen

#### b. Halaman *Home* (Beranda)

Pada *wireframe home* terdapat 3 area yaitu *header* yang berisi nama aplikasi, fitur notifikasi dan *chatting*. Dibawahnya terdapat area untuk *best promo* yaitu satu produk yang sedang promo dan menjadi rekomendasi untuk pengguna serta terdapat daftar produk dekorasi yang disediakan. Selain itu juga terdapat daftar artikel inspirasi pernikahan. Di area ketiga yaitu *footer* berisi daftar menu diantaranya beranda, *my order*, *inspiration*, dan profil. *Wireframe* halaman home dapat dilihat pada Gambar L3.5.

#### c. Halaman Detail Produk

Pada *wireframe* detail produk terdapat area *header* yang berisi gambar dari produk, area kedua berisi informasi terkait detail produk yang berisi tentang harga, rating, keterangan produk, dan informasi tentang tanggal pemesanan yang sudah maupun belum dibooking dalam bentuk kalender. Area yang ketiga merupakan button Book Now untuk melanjutkan ke proses pemesanan. *Wireframe* halaman detail produk dapat dilihat pada Gambar L3.7.

#### d. Halaman Detail Pesanan

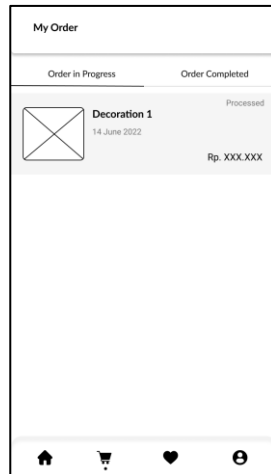
Pada *wireframe* detail pesanan berisi area untuk menampilkan judul halaman dan button kembali. Area kedua yaitu informasi tentang nama dan alamat pengguna. Selain itu juga terdapat *checkbox* pilihan jasa yang dapat ditambahkan dalam pemesanan dekorasi pernikahan dan radio button untuk memilih metode pembayaran yang digunakan. Pada area ketiga terdapat informasi tentang total pembayaran dan *button* untuk *order now*.

Detail Order	
Ekdayani RT 01 RW 07 Dusun Pucuk Desa Pucuk Kecamatan Dwaribanding, Kab. Majalengka, Jawa Timur, ID 61354	
	<b>Decoration 1</b> 14 June 2022 Rp. XXX.XXX
<b>Additional Service</b> <input type="checkbox"/> Make Up <input type="checkbox"/> Photographer <input type="checkbox"/> Wedding Gift <input type="checkbox"/> Master of Ceremony (MC)	
<b>Payment Method</b> <input type="radio"/> COD (Cash on Delivery) <input type="radio"/> Transfer Bank	
Subtotal	Rp.500.000
Biaya Pengiriman	Rp.5.000
Biaya Jasa Tambahan	Rp.0
<b>TOTAL</b>	<b>Rp.505.000</b>
<input type="button" value="Order Now"/>	

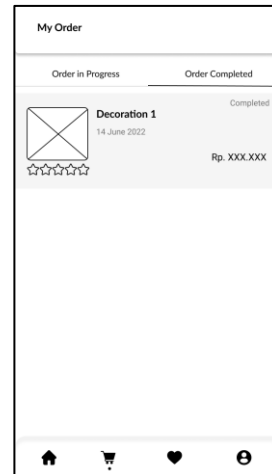
Gambar 4.11 *Wireframe* halaman detail pesanan konsumen

#### e. Halaman *My Order* (Pesanan Saya)

Pada *wireframe my order* berisi area *header* untuk menampilkan judul halaman dan button kembali. Pada area kedua berisi tentang pilihan kategori pemesanan yang masih diproses dan pemesanan yang sudah selesai. Produk yang dipesan pengguna akan otomatis akan ditampilkan dalam bentuk horizontal.



Gambar 4.12 Wireframe halaman *order in progress* konsumen



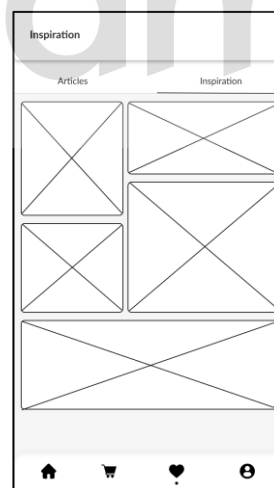
Gambar 4.13 Wireframe halaman *order completed* konsumen

#### f. Halaman *Inspiration*

Pada *wireframe* halaman *inspiration* berisi area *header* untuk menampilkan judul halaman. Pada area kedua berisi tentang pilihan berupa artikel dan *inspiration*. Artikel berisi daftar artikel yang ditampilkan secara horizontal berisi tentang informasi gambar, judul, tanggal, dan jumlah *views*. *Inspiration* berisi daftar gambar yang disusun sesuai dengan ukuran gambar yang ditampilkan.



Gambar 4.14 Wireframe halaman artikel konsumen

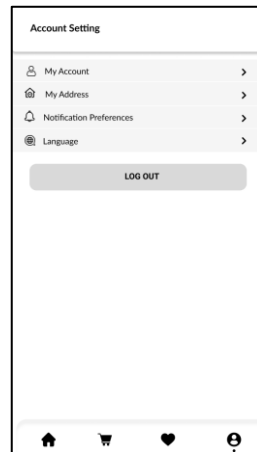


Gambar 4.15 Wireframe halaman *inspiration* konsumen



### g. Halaman *Profile*

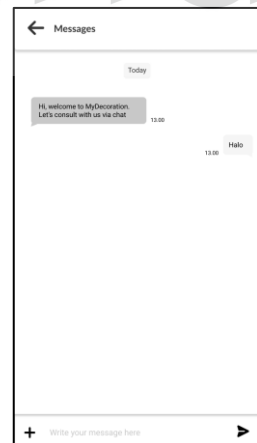
Pada *wireframe* halaman *profile* berisi area *header* untuk menampilkan judul halaman. Area kedua yaitu pilihan menu terkait pengaturan pada aplikasi. Area *footer* berisi menu-menu yang tersedia dalam aplikasi.



Gambar 4.16 *Wireframe* halaman *profile* konsumen

### h. Halaman *Chatting*

Pada *wireframe* halaman *chatting* terdapat area *header* yang menampilkan judul halaman dan *button* kembali dan area *room chat* sebagai media komunikasi dan konsultasi dengan admin aplikasi. Area *footer* berupa area untuk mengetik dan terdapat *button* untuk mengirim pesan.



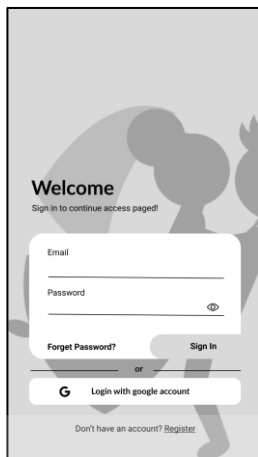
Gambar 4.17 *Wireframe* halaman *chatting* konsumen

## 2. *Wireframe* Pihak WO

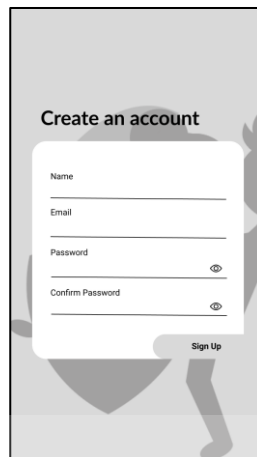
### a. Halaman Sign in (Masuk)

Pada *wireframe* halaman *sign in* terdapat *form* yang berisi *email* dan *password* untuk masuk kedalam aplikasi. *Form* untuk *sign in* berada dalam satu kotak beserta

dengan *button sign in* dan *button tulisan forgot password?*. Selain itu juga terdapat area *button* untuk masuk dengan akun google. Di bagian *footer* terdapat informasi berupa pertanyaan terkait pengguna yang belum memiliki akun. *Wireframe* halaman *sign in* dapat dilihat pada Gambar 4.18 sedangkan *wireframe* halaman *sign up* dapat dilihat pada Gambar 4.19.



Gambar 4.18 *Wireframe* halaman *sign in* pihak WO



Gambar 4.19 *Wireframe* halaman *sign up* pihak WO

#### b. Halaman Home (Beranda)

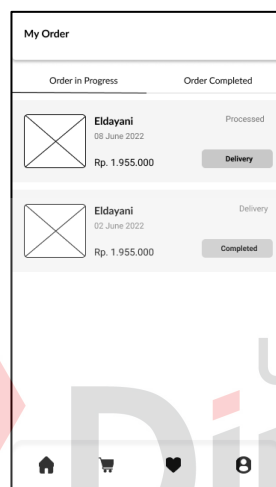
Pada *wireframe* halaman beranda berisi 3 area yaitu *header* terdapat judul aplikasi dan *button* untuk fitur notifikasi dan *chatting*. Area selanjutnya adalah informasi jumlah pesanan dan total pendapatan per bulannya dalam bentuk grafik. Selain itu juga terdapat *button* untuk menampilkan jumlah produk dan jumlah pendapatan dalam setahun. Informasi pesanan masuk ditampilkan dalam bentuk daftar transaksi baru-baru ini dan dalam bentuk kalender. Informasi transaksi baru-baru ini adalah pesanan daftar pesanan yang baru masuk, sedangkan pesanan di bulan ini ditampilkan dalam bentuk kalender. Area ketiga yaitu *footer* berisi daftar menu diantaranya beranda, *my order*, *inspiration*, dan profil. *Wireframe* halaman Home dapat dilihat pada Gambar L4.5.

#### c. Halaman Pengelolaan Produk

Pada *wireframe* pengelolaan produk berisi daftar produk yang tersedia. Pada halaman ini terdapat beberapa fitur yaitu menambah produk baru (*add product*), edit produk dan hapus produk. Halaman pengelolaan produk dapat diakses apabila memilih informasi *all product* di halaman beranda. *Wireframe* halaman pengelolaan produk dapat dilihat pada Gambar L4.6.

#### d. Halaman Pengelolaan Pesanan

Pada *wireframe* pengelolaan pesanan berisi area *header* untuk menampilkan judul halaman dan *button* kembali. Pada area kedua berisi tentang pilihan kategori pemesanan yang masih diproses (*order in progress*) pada Gambar 4.20 dan pemesanan yang sudah selesai (*order completed*) pada Gambar 4.21. Pesanan konsumen yang masuk akan otomatis ditampilkan dalam bentuk daftar dan berisi informasi terkait status pesanan. Status pesanan dapat disesuaikan dengan kondisi pesannya sedangkan pesanan yang telah selesai dan pesanan dibatalkan akan ditampilkan pada *order completed*.



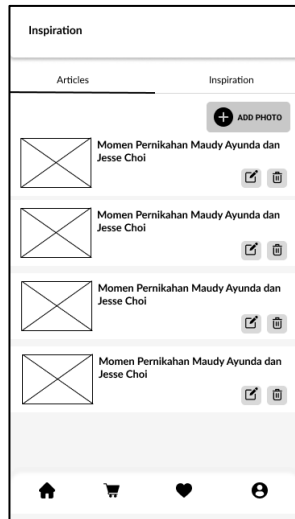
Gambar 4.20 Wireframe halaman *order in progress* pihak WO



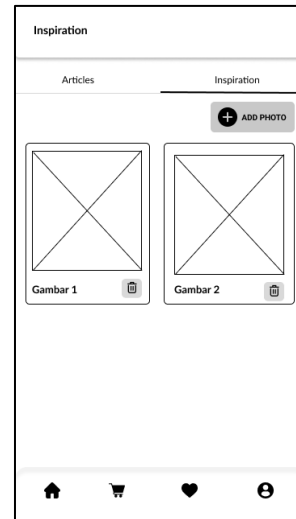
Gambar 4.21 Wireframe halaman *order completed* pihak WO

#### e. Halaman Pengelolaan Inspiration

Pada *wireframe* pengelolaan inspiration berisi area *header* untuk menampilkan judul halaman. Pada area kedua berisi tentang pilihan berupa artikel dan inspirasi. Dalam mengelola artikel pada Gambar 4.22, pihak WO dapat menambahkan, mengubah dan menghapus masing-masing artikel. Tata letak dalam setiap artikel pada halaman *inspiration* ditampilkan secara horizontal yang berisi judul artikel, button edit dan button hapus. Dalam mengelola inspirasi foto pada Gambar 4.23, pihak WO dapat menambahkan dan menghapus masing-masing foto. Tata letak setiap inspirasi foto pada halaman *inspiration* berisi judul gambar dan button hapus.



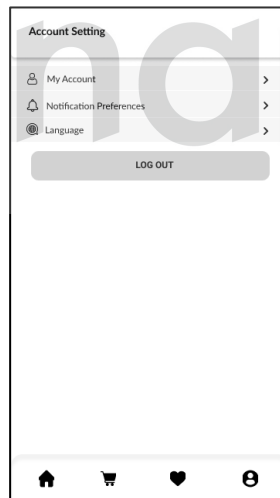
Gambar 4.22 Wireframe halaman artikel pihak WO



Gambar 4.23 Wireframe halaman inspiration pihak WO

#### f. Halaman Profile

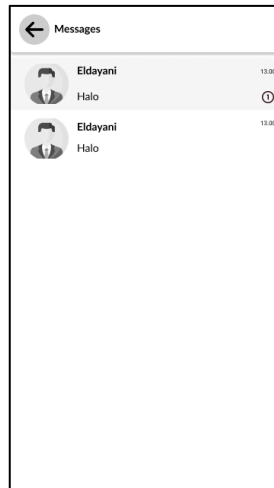
Pada *wireframe* halaman *profile* berisi area *header* untuk menampilkan judul halaman. Area kedua yaitu pilihan menu terkait pengaturan pada aplikasi dan button untuk keluar (*logout*). Area *footer* berisi menu-menu yang tersedia dalam aplikasi.



Gambar 4.24 Wireframe halaman *profile* pihak WO

#### g. Halaman Chatting

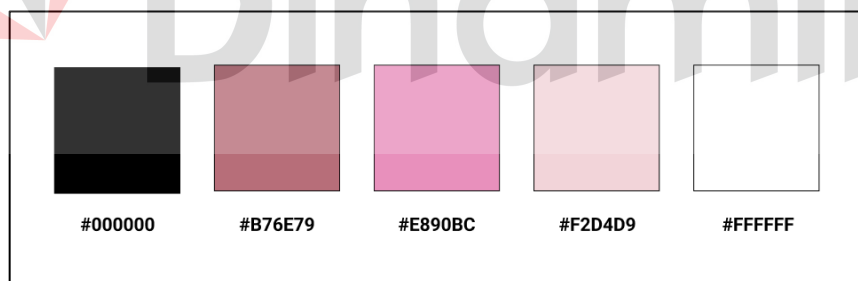
Pada *wireframe* halaman *chatting* terdapat area *header* yang menampilkan judul halaman dan button kembali. Area selanjutnya yaitu berisi daftar obrolan dengan konsumen. Dalam setiap obrolan akan ditampilkan room chat sebagai media komunikasi dan konsultasi dengan admin aplikasi. Area *footer* berupa area untuk mengetik dan terdapat *button* untuk mengirim pesan.



Gambar 4.25 Wireframe halaman *chatting* pihak WO

#### 4.2.3 Perancangan *Prototype*

*Prototype* yaitu tampilan aplikasi yang berisi penjelasan lebih detail dari *wireframe* yang sudah dibuat dalam segi visual dan kontennya. Dalam perancangan *wireframe* dibuat menggunakan warna hitam putih, sehingga dalam perancangan *Prototype* dibuat dengan dilengkapi pewarnaan. Adapun desain *guidelines* yang dipakai dalam perancangan *prototype* terkait pemilihan warna adalah



Gambar 4.26 Skema warna

Pemilihan warna yang dipakai dominan menggunakan warna merah muda dan putih karena menyesuaikan dengan tema aplikasi yang dibuat yaitu pernikahan sehingga memperlihatkan kesan kasih sayang, ketulusan dan elegan. Selain itu, dalam perancangan *prototype* menggunakan tipografi menggunakan jenis font Lato dan Roboto. Pemilihan font tersebut digunakan agar tulisan terbaca dengan mudah dan jelas oleh pengguna. Berikut adalah gambar font yang digunakan sebagai tipografi pada aplikasi.



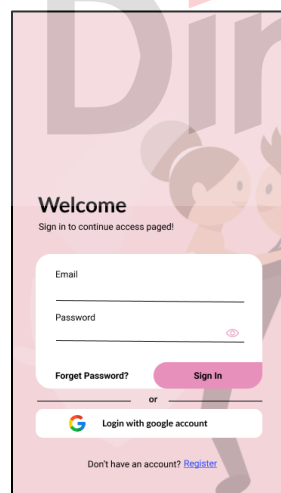
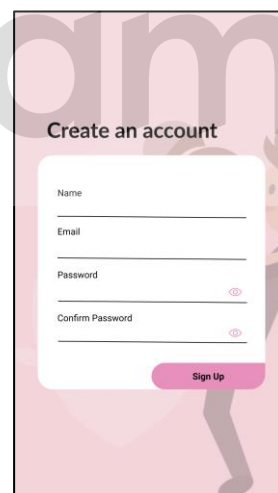
Gambar 4.27 Tipografi

Berdasarkan desain *guidelines* dan perancangan wireframe yang sudah ditentukan, maka menghasilkan rancangan *prototype* aplikasi yaitu *prototype* konsumen dan *prototype* pihak WO.

## 1. *Prototype* Konsumen

### a. Halaman *Sign In* (Masuk)

Halaman *sign in* akan ditampilkan setelah pengguna mengakses halaman awal. Pada halaman *sign in* menampilkan *form* yang harus diisi pengguna agar dapat mengakses halaman beranda. Pada halaman *sign in*, pengguna yang sudah memiliki akun diminta untuk menginputkan *email* dan *password*. Pengguna yang belum memiliki akun maka harus daftar akun terlebih dahulu menggunakan button *register* yang terletak pada area *footer*. *Prototype* halaman *sign in* dapat dilihat pada Gambar 4.28 sedangkan *prototype* halaman *sign up* dapat dilihat pada Gambar 4.29.

Gambar 4.28 *Prototype* halaman sign in konsumenGambar 4.29 *Prototype* halaman sign up konsumen

### b. Halaman Home (Beranda)

Halaman beranda dapat diakses oleh pengguna setelah pengguna melakukan *sign in*. Pada halaman beranda menampilkan daftar produk yaitu dekorasi yang tersedia. Selain itu juga terdapat beberapa fitur menu yang dapat diakses oleh pengguna diantaranya adalah menu beranda, *my order* (pesanan saya), *inspiration*,

dan *profile* serta terdapat fitur menu tambahan yaitu chat dan notifikasi. Untuk mengakses daftar produk pengguna dapat memilih button *all product*. *Prototype* halaman home dapat dilihat pada Gambar L5.5.

### c. Halaman Detail Produk

Halaman detail produk dapat diakses ketika pengguna memilih salah satu produk yang ada pada halaman home. Halaman detail produk berisi penjelasan detail dari suatu produk yang berisi informasi terkait harga, rating, informasi tanggal yang sudah dipesan dan tanggal yang kosong, keterangan terkait produk dekorasi, dan gambar produk. *Prototype* halaman detail produk dapat dilihat pada Gambar L5.7.

### d. Halaman Detail Pesanan

Halaman detail pesanan dapat diakses oleh pengguna ketika pengguna memilih button *book now* pada halaman detail produk. Halaman detail pesanan berisi informasi terkait pesanan dekorasi yang sudah dipilih pengguna, dalam halaman ini pengguna dapat menambahkan jasa tambahan yang disediakan dan menentukan metode pembayaran yang dipakai. *Prototype* halaman detail pesanan dapat dilihat pada Gambar L5.8.

### e. Halaman My Order

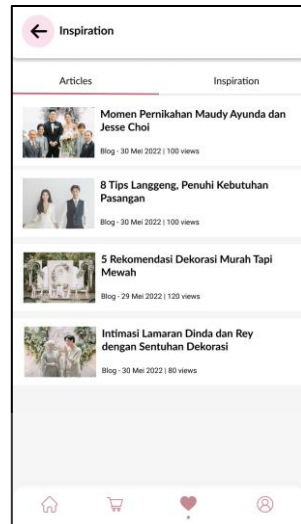
Halaman *my order* merupakan menu yang tersedia dalam aplikasi yang berfungsi untuk menampilkan daftar pesanan pengguna. Dalam halaman *my order*, pesanan pengguna dapat dikategorikan menjadi 2 macam yaitu sedang diproses (*order in progress*) dan pesanan selesai (*order completed*).



Gambar 4.30 *Prototype* halaman *my order* konsumen

## f. Halaman Inspiration

Halaman *inspiration* merupakan menu yang tersedia dalam aplikasi yang berfungsi sebagai untuk menampilkan konten inspirasi terkait pernikahan yang dapat dijadikan referensi oleh pengguna. Konten yang tersedia berupa artikel dan foto.



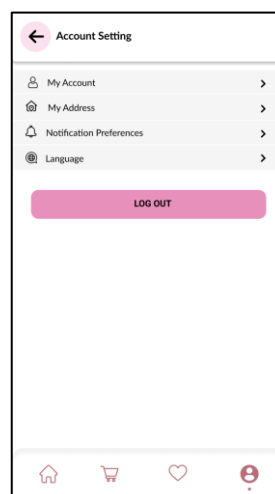
Gambar 4.31 *Prototype* halaman artikel konsumen



Gambar 4.32 *Prototype* halaman *inspiration* konsumen

## g. Halaman Profile

Halaman profile merupakan menu yang disediakan pada aplikasi yang berfungsi untuk melakukan pengaturan terkait akun dan hal-hal yang berhubungan dengan aplikasi.



Gambar 4.33 *Prototype* halaman *profile* konsumen



## h. Halaman *Chatting*

Halaman *chatting* dapat diakses oleh pengguna ketika memilih fitur chat pada halaman home. Fitur ini digunakan sebagai media komunikasi dan konsultasi antara pengguna dan pihak WO. Dalam fitur chat pengguna tidak hanya mengirim pesan teks namun juga dapat mengirimkan pesan berupa gambar.

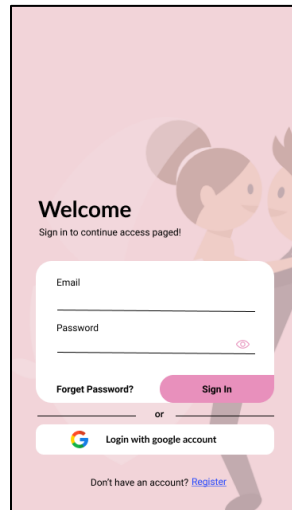


Gambar 4.34 *Prototype* halaman *chatting* konsumen

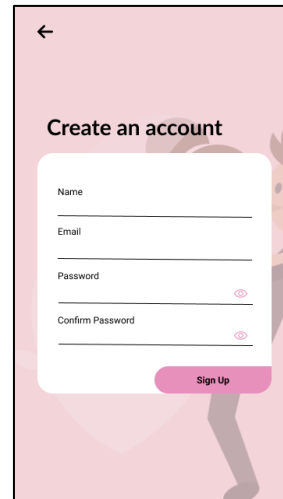
## 2. *Prototype* Konsumen

### a. Halaman *Sign In* (Masuk)

Halaman *sign in* ditampilkan setelah pengguna mengakses halaman awal. Pada halaman ini pengguna diminta untuk menginputkan *email* dan *password* agar dapat masuk halaman utama atau halaman beranda dan mengakses fitur serta menu yang tersedia. *Prototype* halaman *sign in* dapat dilihat pada Gambar 4.35 sedangkan *prototype* halaman *sign up* dapat dilihat pada Gambar 4.36.



Gambar 4.35 *Prototype* halaman *sign in* pihak WO



Gambar 4.36 *Prototype* halaman *sign up* pihak WO

#### b. Halaman Home (Beranda)

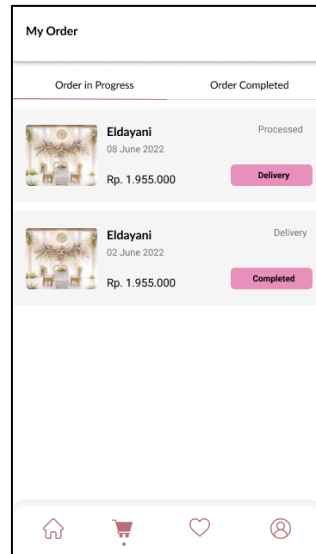
Pada halaman home (beranda) menampilkan *header* berupa judul aplikasi dan button untuk fitur notifikasi dan *chatting*. Halaman home juga berisikan informasi jumlah pesanan dan total pendapatan tiap bulan dalam bentuk grafik, informasi total produk, informasi total pendapatan, dan transaksi yang masuk baru-baru ini. *prototype* halaman home dapat dilihat pada Gambar L6.2.

#### c. Halaman Pengelolaan Produk

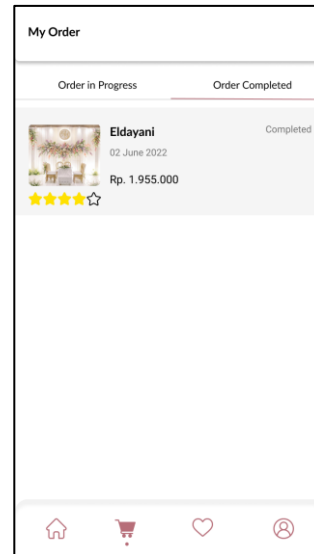
Halaman pengelolaan produk dapat dilihat pada Gambar L6.3 berisi informasi daftar produk yang tersedia dan terdapat fitur untuk menambahkan produk seperti pada Gambar L6.2, mengubah masing-masing produk yang sudah diinputkan seperti pada Gambar L6.3 dan menghapus produk pada Gambar L6.4.

#### d. Halaman Pengelolaan Pesanan

Halaman pengelolaan pesanan dapat diakses melalui menu *my order* menampilkan daftar pesanan yang sedang diproses pada Gambar 4.37 dan pesanan yang selesai atau dibatalkan pada Gambar 4.38.



Gambar 4.37 *Prototype* halaman *order in progress* pihak WO



Gambar 4.38 *Prototype* halaman *order completed* pihak WO

#### e. Halaman Pengelolaan *Inspiration*

Pada halaman *inspiration* dapat diakses pada menu *inspiration*. Inspirasi dalam bentuk artikel pada Gambar 4.39 menampilkan daftar artikel yang diinputkan pihak WO dan *button add article*. Masing-masing artikel yang telah diinputkan dapat diubah dan dihapus. Inspirasi foto pada Gambar 4.40 menampilkan daftar gambar yang sudah diinputkan dan *button add photo* untuk menambahkan foto baru.



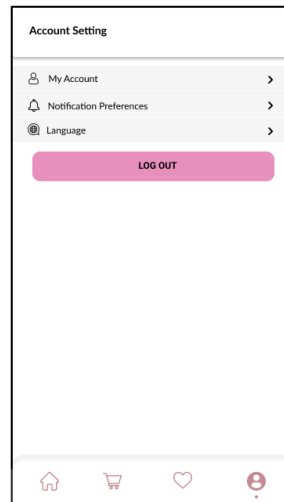
Gambar 4.39 *Prototype* halaman artikel pihak WO



Gambar 4.40 *Prototype* halaman *inspiration* pihak WO

#### f. Halaman *Profile*

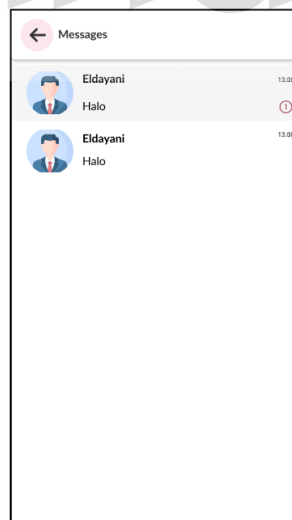
Pada halaman *profile* dapat diakses pada menu *profile*. Pada halaman ini menampilkan daftar fitur terkait pengaturan aplikasi diantaranya pengaturan *account*, notifikasi dan bahasa serta terdapat *button logout* untuk keluar akun.



Gambar 4.41 *Prototype* halaman *profile* pihak WO

#### g. Halaman *Chatting*

Halaman *chatting* dapat diakses apabila pihak WO memilih *button chat* pada halaman home. Halaman *chatting* menampilkan daftar obrolan dengan konsumen seperti pada Gambar 4.42.



Gambar 4.42 *Prototype* halaman *chatting* pihak WO

### 4.3 Tahap *Run an Experiment*

#### 4.3.1 Penentuan Sampel

Pengujian iterasi pertama menggunakan wawancara mendalam yang dilakukan kepada calon pengguna sebanyak 7 orang yaitu 5 orang sebagai konsumen yang sudah pernah atau belum pernah memakai jasa *wedding organizer* dan 2 orang sebagai pihak WO. Jumlah responden ditentukan sebanyak 7 orang karena hal tersebut sudah memenuhi syarat dalam melakukan pengujian dengan wawancara mendalam yakni rata-rata jumlah responden adalah 5-8 orang (Mariampolski, 2001). Selanjutnya melakukan pengujian iterasi kedua dengan metode UEQ kepada 30 responden dengan bantuan *google form*. Hasil yang didapatkan dari pengujian UEQ akan dievaluasi dan dianalisis untuk menentukan aspek mana yang kurang atau perlu diperbaiki untuk mencapai tujuan penelitian yaitu meningkatkan pengalaman pengguna.

#### 4.3.2 Pengujian MVP Iterasi Pertama

Pengujian MVP iterasi pertama dilakukan dengan cara responden diminta untuk melihat dan mencoba *prototype* secara langsung dan memberikan respon terhadap *prototype* yang sudah dibuat. *Feedback* dari responden akan dicatat sebagai acuan untuk perbaikan *prototype*.

### 4.4 Tahap *Feedback and Research*

#### 4.4.1 Analisa Hasil Pengujian Iterasi Pertama

Hasil pengujian MVP iterasi pertama mendapat beberapa *feedback* dari 7 responden berupa masukan terhadap *prototype* yang diuji sebelumnya. Adapun *feedback* tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.4 *Feedback* hasil wawancara mendalam

No	<i>Feedback</i>
1	Konsisten terhadap size pada gambar produk di menu home konsumen
2	Fungsi rekomendasi produk sulit dipahami karena tidak dijelaskan apakah rekomendasi produk terlaris atau termurah dan lain-lain
3	Ubah tata letak artikel di menu home konsumen menjadi vertikal untuk mengurangi scroll
4	Nama produk di halaman detail produk konsumen kurang terlihat
5	Penambahan spasi before after pada deskripsi produk di halaman detail produk konsumen
6	Font harga produk di halaman detail produk konsumen kurang tebal
7	Di halaman tambah produk pihak WO, font ditebalkan dan ditambahkan space antar konten
8	Ubah tata letak rating di halaman order completed ke detail order pihak WO

#### 4.4.2 Perbaikan *Prototype*

Tahap perbaikan *prototype* yaitu dilakukan perubahan perancangan *prototype* yang sudah dibuat berdasarkan *feedback* yang didapat dari pengujian iterasi pertama. Perbaikan tersebut diantaranya adalah:

1. Perbaikan *prototype* halaman home

Ukuran gambar produk pada halaman home konsumen dibuat sama antara produk rekomendasi dengan all produk. Rekomendasi produk yang ditampilkan pada halaman home ditambahkan deskripsi yaitu top 5 produk terlaris, dengan tujuan untuk membantu pengguna memahami rekomendasi produk yang ditampilkan. Perubahan tata letak artikel pada halaman home konsumen yang sebelumnya dalam bentuk horizontal dilakukan perubahan tata letak menjadi vertikal disamakan dengan tata letak pada halaman inspirasi artikel, dengan tujuan untuk mengurangi fitur scroll. Hasil perubahan yang sudah dilakukan pada *prototype* dapat dilihat pada Gambar L7.1.

2. Perbaikan *prototype* halaman deskripsi produk

Judul produk dengan warna font hitam yang dipadukan dengan background gambar produk di halaman detail produk dilakukan perubahan karena letaknya kurang terlihat. Deskripsi produk pada halaman detail produk kurang terbaca karena kurang ada jarak antar tulisannya. Perubahan font harga produk pada halaman detail produk konsumen dilakukan karena font kurang tebal sehingga kurang terbaca. Hasil perubahan yang sudah dilakukan pada *prototype* dapat dilihat pada Gambar L7.2.

3. Perbaikan *prototype* halaman tambah produk

Perubahan font tambah produk pada halaman detail produk pihak WO dilakukan karena perlu dibedakan judul dengan isinya serta ditambahkan space antar kontennya agar terlihat tidak dempet. Hasil perubahan yang sudah dilakukan pada *prototype* dapat dilihat pada Gambar L7.3.

4. Perbaikan *prototype* halaman detail order

Tampilan rating yang awalnya diletakkan pada halaman my order dipindahkan pada halaman detail order untuk menyamakan format pesanan dengan order in progress dan agar tampilannya sama apabila terdapat pesanan yang dibatalkan.

Hasil perubahan yang sudah dilakukan pada *prototype* dapat dilihat pada Gambar L7.4.

#### 4.4.3 Pengujian MVP Iterasi Kedua

Pengujian iterasi kedua dilakukan dengan bantuan *google form* berupa kuesioner yang didalamnya terdapat beberapa pernyataan yang meliputi 6 aspek dalam metode UEQ. Aspek tersebut adalah daya tarik, efisiensi, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Adapun hasil dari kuesioner dapat dilihat pada Lampiran.

#### 4.4.4 Analisa Hasil Pengujian Iterasi Kedua

Hasil pengujian iterasi kedua menggunakan metode UEQ melalui kuesioner akan diolah dalam bentuk tabel UEQ *analysis data tools*. Hasil transformasi data diolah untuk mendapatkan nilai rata-rata setiap aspek UEQ. Hasil dari pengolahan data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Nilai skala UEQ

	Nilai skala UEQ	Aspek	Nilai skala UEQ
Daya Tarik	1,78	Daya tarik	1,783
Pragmatic Quality	1,64	Kejelasan	1,483
		Efisiensi	1,758
		Ketepatan	1,692
Hedonic Quality	1,59	Stimulasi	1,792
		Kebaruan	1,383

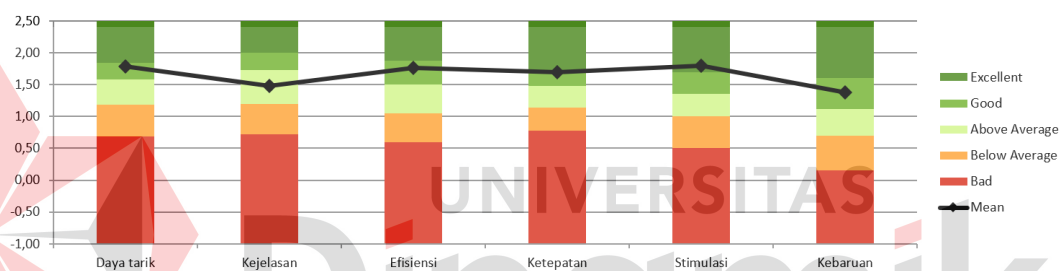
Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai tertinggi adalah aspek daya tarik yaitu 1,78 artinya secara keseluruhan pengguna mengalami ketertarikan terhadap *prototype* yang sudah dibuat. Selain itu, dapat ditunjukkan nilai skala UEQ pada masing-masing aspek memperoleh nilai diatas 0,8. Hal tersebut menunjukkan evaluasi positif karena nilai yang didapatkan > 0,8 artinya *prototype* yang sudah dibuat dapat menghasilkan pengalaman pengguna yang positif bagi penggunanya (Rauschenberger, Schrepp, Cota, Olschner, & Thomaschewski, 2013).

Dalam *UEQ data analysis tools* menghasilkan benchmark yaitu hasil uji dengan membandingkan nilai masing-masing aspek dengan kumpulan data set benchmark. Hal tersebut dapat menghasilkan gambaran yang lebih baik mengenai kualitas produk yang dibuat.

Tabel 4.6 Benchmark hasil pengujian UEQ

Scale	Mean	Comparison to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,783	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kejelasan	1,483	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,758	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketepatan	1,692	Good	10% of results better, 75% of results worse
Stimulasi	1,792	Excellent	In the range of the 10% best results
Kebaruan	1,383	Good	10% of results better, 75% of results worse

Hasil uji benchmark sebagai perbandingan antara *prototype* aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan dengan produk kumpulan dari set data benchmark dapat dilihat pada Tabel 4.6 dan Gambar 4.43.



Gambar 4.43 Benchmark hasil pengujian UEQ

Hasil yang didapatkan dari uji benchmark pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa aspek stimulasi termasuk dalam kategori *excellent* (bagus sekali) artinya termasuk dalam kisaran 10% produk yang memiliki skor tertinggi. Aspek daya tarik, efisiensi, ketepatan, dan kebaruan termasuk dalam kategori *good* (bagus) artinya terdapat 10% dataset benchmark lebih baik sedangkan 75% lainnya lebih rendah. Aspek kejelasan termasuk dalam kategori *above average* (diatas rata-rata) artinya 25% produk pada dataset memiliki skor yang lebih tinggi, sedangkan 50% lainnya lebih rendah.

Kesan pengguna terhadap perancangan aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan yang dibuat (*positioning*) mengenai tampilan yang mudah dipahami dapat dilihat pada aspek kejelasan, yaitu aspek yang berhubungan dengan kemudahan dalam penggunaan dan memahami suatu produk. Aspek tersebut memiliki nilai skala 1,483 termasuk dalam evaluasi yang positif dan berdasarkan hasil uji benchmark termasuk dalam kategori *above average* (diatas rata-rata).



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan UI/UX sebagai visualisasi aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile untuk meningkatkan pengalaman pengguna dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil perancangan UI/UX memberikan visualisasi atau gambaran aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile bagi konsumen dan pihak WO
2. Perancangan UI/UX diperoleh hasil evaluasi akhir menggunakan metode UEQ menghasilkan *user experience* yang mudah dipahami. Dapat ditunjukkan pada aspek kejelasan memiliki nilai skala 1,483 artinya memiliki evaluasi yang positif dan termasuk dalam kategori *above average* (diatas rata-rata)
3. Perancangan UI/UX diperoleh hasil evaluasi menggunakan wawancara mendalam menghasilkan *layout* yang konsisten pada setiap halaman bagian *header*, *body*, dan *footer* serta letak navigasi sama pada setiap halaman, skema warna yang konsisten menggunakan warna elegan yaitu merah muda dengan kode #E890BC dan putih dengan kode #FFFFFF, dan pemilihan font atau tipografi yang memudahkan pengguna dalam membaca yaitu menggunakan Lato untuk judul konten dan Roboto untuk button dan keterangan konten.

#### 5.2 Saran

Dalam pengembangan perancangan UI/UX aplikasi pemesanan dekorasi pernikahan berbasis mobile dapat dikembangkan lagi dalam hal kemudahan pengguna sehingga dapat menghasilkan *user experience* dengan kategori yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, R., Anuggilarso, L., Hardika, A., & Saputra, D. (2019). Penggunaan Konsep Flat Design pada Markers Semaphore Augmented Reality. *Infotekjar (Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan)*, 42-46.
- Gray, A., & Wardle, H. (2012). *Observing Gambling Behaviour Using Think-aloud and Video Technology A Methodological Review*. National Center of Social.
- ISO 9241-210. (2009). *Ergonomics Of Human System Interaction – Part 210 : Human-Centered Design For Interactive Systems*. Switzerland: SO FDIS 9241-210.
- Jeff Gothelf, J. S. (2013). *Lean UX : Applying Lean Principle to Improve User Experience*. California: O'Reilly Media.
- Margono. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mariampolski. (2001). *Qualitative Market Research: A Comprehensive Guide*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Nurhabibie, R., Paputungan, I., & Suranto, B. (2020). Pengembangan User Experience pada website AyoSparring menggunakan Pendekatan User-Centered Design dan Metode Heuristic Evaluation. *Informatics Department Universitas Islam Indonesia*, 1.
- Rauschenberger, M., Schrepp, M., Cota, M., Olschner, M., & Thomaschewski, J. (2013). Efficient measurement of the user experience of interactive products - How to use the User. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 2, 39-45.
- Satzinger, J. B. (2010). *System Analysis and Design with the Unified*. USA: Course Technology, Cengage Learning.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.