



UNIVERSITAS
Dinamika

**ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE
MICHELLE BEAUTY CARE MENGGUNAKAN METODE LEAN UX**



TUGAS AKHIR

**Program Studi
S1 Sistem Informasi**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

KUSUMANINGAYU INDRIANI

18.41010.0049

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

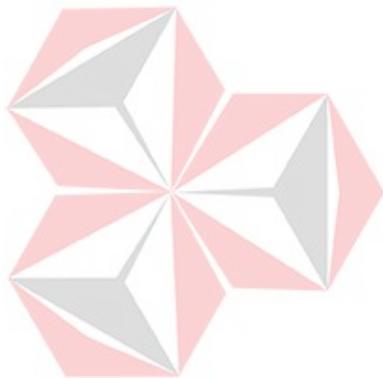
UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA *WEBSITE*
MICHELLE *BEAUTY CARE* MENGGUNAKAN METODE *LEAN UX***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Komputer**



UNIVERSITAS

Oleh :

Nama : Kusumaningayu Indriani

NIM : 18.41010.0049

Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2023

TUGAS AKHIR

**ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE MICHELLE
BEAUTY CARE MENGGUNAKAN METODE LEAN UX**

Dipersiapkan dan disusun oleh
Kusumaningayu Indriani
NIM: 18.41010.0049

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas
Pada: 25 Januari 2023

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

I. Ayuningtyas, S. Kom., M. MT.

NIDN. 0722047801



Digitally signed by
Ayuningtyas
Date: 2023.01.29
20:18:07 +07'00'

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

NIDN. 0731017601



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2023.01.30
07:26:50 +07'00'

Pembahas:

I. Endra Rahmawati, MKom.

NIDN. 0712108701



Digitally signed by
Endra Rahmawati
Date: 2023.01.30
11:48:08 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2023.01.30
16:32:20 +07'00'

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

NIDN. 0731017601

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Kusumaningayu Indriani**
NIM : **18410100049**
Program Studi : **S1 Sistem Informasi**
Fakultas : **Fakultas Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **ANALISIS DAN PERANCANGAN UI/UX PADA WEBSITE MICHELLE BEAUTY CARE MENGGUNAKAN METODE LEAN UX**

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, 22 Desember 2022



Kusumaningayu Indriani
NIM : 18410100049



Saya persembahkan tugas akhir ini kepada

Ibu dan Ayah tercinta,

Keluarga besar tercinta,

Beserta sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan

UNIVERSITAS
Dinamika

ABSTRAK

Klinik kecantikan Michelle *Beauty Care* merupakan klinik kecantikan di Surabaya yang berdiri sejak tahun 2012 dan beralamat di Jl. Rungkut Madya No.125, Rungkut Kidul, Kec. Rungkut, Kota Surabaya dan sedang mengembangkan sebuah *website* yang beralamat di <https://michelleclinic.com/>. Berdasarkan hasil wawancara kepada tim digital Michelle *Beauty Care*, permasalahan pada pemasaran melalui *website* yakni kurang maksimalnya informasi yang diberikan pada *website* serta tim memiliki kendala dalam merancang desain *website* yang diinginkan pengunjung. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan pengunjung, mereka merasa tidak nyaman ketika mengunjungi *website* karena terlalu banyak tulisan, dan tidak ada sekat / pemisah antar bagian yang ada sehingga informasi tidak dapat tersampaikan dengan baik. Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan analisis dan perancangan *user interface* dan *user experience* pada *website* Michelle *Beauty Care* dengan menggunakan metode *Lean UX*. Metode *Lean UX* dipilih dalam perancangan UI/UX *website* Michelle *Beauty Care* karena dalam proses mendesain metode *Lean UX* berfokus pada kebutuhan pengguna dengan mengutamakan *feedback* yang cepat dan tepat dari pengguna. Pengujian yang dilakukan untuk menguji *prototype website* Michelle *Beauty Care* menggunakan metode *A/B Testing* dan *Nielsen's Heuristic Evaluation*. Berdasarkan analisis, implementasi dan evaluasi menghasilkan *prototype final* yang merupakan gabungan dari *prototype A* dan *prototype B* yang telah divalidasi dari segi tampilan, hingga kritik dan saran dari responden. *Prototype A* terpilih untuk 3 halaman yakni beranda, produk dan layanan, dan kontak & alamat klinik, dan *Prototype B* terpilih untuk 5 halaman yakni tim klinik, *customer service*, *news & article*, profil klinik, dan testimoni konsumen. Pengujian *prototype final* menggunakan *Nielsen's Heuristic Evaluation* menghasilkan masing-masing indikator 79,4% dan berada pada interval sangat baik di indeks 75 – 100% yang berarti *user interface & user experience website* Michelle *Beauty Care* sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle *Beauty Care*.

Kata Kunci: *User Interface/User Experience, Lean UX, A/B Testing.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji syukur dipanjatkan untuk kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**Analisis Dan Perancangan UI/UX Pada Website Michelle Beauty Care Menggunakan Metode Lean UX**” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu di Universitas Dinamika.

Dalam pelaksanaan tugas akhir dan penyelesaian laporan tugas akhir ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik berupa dukungan materi maupun dukungan moril. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

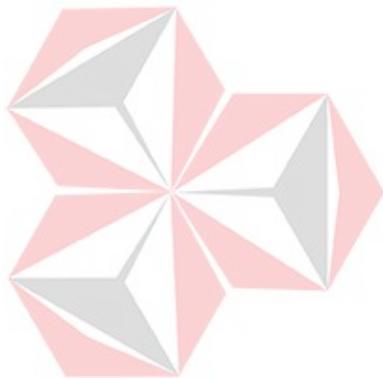
1. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan secara penuh terutama dalam mendoakan dan memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir.
2. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng, selaku Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi yang telah memberikan arahan selama pelaksanaan tugas akhir.
3. Ibu Ayuningtyas, S. Kom., M. MT., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan dukungan berupa motivasi, saran, dan wawasan bagi penulis selama pelaksanaan tugas akhir dan pembuatan laporan tugas akhir.
4. Ibu Tri Sagirani, S.Kom., M.MT., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak sekali wawasan, motivasi serta kritik dan saran guna menyelesaikan tugas akhir.
5. Ibu Endra Rahmawati, M.Kom., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam tugas akhir sehingga dapat memperbaiki dan melengkapi tugas akhir Saya.
6. Teman-teman yang berjuang bersama dalam pekerjaan tugas akhir ini serta saling memotivasi, membantu, dan menemani dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga, serta kritik dan saran untuk menyempurnakan tugas akhir

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan rahmat-Nya kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam pelaksanaan tugas akhir dan penyelesaian laporan tugas akhir.

Tak lupa pula penulis menyampaikan permintaan maaf apabila melakukan banyak kesalahan di dalam penulisan tugas akhir, baik itu secara sengaja maupun tidak sengaja. Penulis juga berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri ataupun para pembaca, meskipun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, sangat diharapkan kritik dan saran dari para pembaca guna menyempurnakan tugas akhir ini.

Surabaya , 17 Januari 2023

Penulis

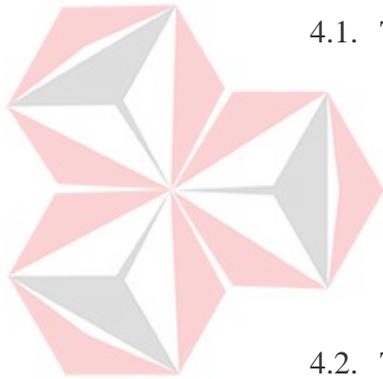


UNIVERSITAS
Dinamika

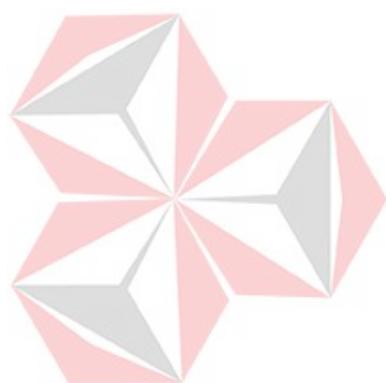
DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan	4
1.5. Manfaat	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. <i>User Interface</i>	6
2.2. <i>User Experience</i>	6
2.3. <i>Lean UX</i>	7
2.4. <i>A/B Testing</i>	8
2.5. Populasi dan Sampel	9
2.6. <i>Minimum Viable Product (MVP)</i>	10
2.7. <i>Heuristic Evaluation</i>	10
2.8. <i>Website</i>	12
2.9. <i>Elemen Dasar Desain Visual</i>	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1. <i>Declare Assumption</i>	15
3.1.1. Studi Literatur	16
3.1.2. Wawancara	16
3.1.3. Asumsi	16
3.1.4. Hipotesis	16
3.1.5. <i>User Persona</i>	16

3.1.6.	Daftar Fitur	17
3.2.	<i>Create an MVP</i>	17
3.2.1.	Desain Elemen Dasar Desain Visual <i>Website</i>	17
3.2.2.	<i>Sitemap</i>	17
3.2.3.	<i>Wireframe</i>	17
3.2.4.	<i>Prototype</i>	18
3.3.	<i>Run an Experiment</i>	18
3.4.	<i>Feedback and Research</i>	18
3.4.1.	Mengolah data hasil A/B Testing.....	19
3.4.2.	Perbaiki <i>Prototype</i>	19
3.4.3.	<i>Run an Experiment</i> Iterasi Kedua.....	19
3.5.	Tahap Akhir.....	19
BAB IV HASIL PEMBAHASAN		20
4.1.	Tahap <i>Declare Assumption</i>	20
4.1.1.	Melakukan Wawancara	20
4.1.2.	Mendeklarasikan Asumsi	23
4.1.3.	Menulis Hipotesis.....	23
4.1.4.	Pembuatan <i>User Persona</i>	23
4.1.5.	Membuat Daftar Fitur.....	24
4.2.	Tahap <i>Create a MVP</i>	26
4.2.1.	Membuat Desain Elemen Dasar Desain Visual	26
4.2.2.	Membuat <i>Sitemap</i>	27
4.2.3.	Membuat <i>Wireframe</i>	28
4.2.4.	Membuat <i>Prototype</i>	34
4.3.	Tahap <i>Run an Experiment</i>	39
4.4.	Tahap <i>Feedback and Research</i>	39
4.4.1.	Melakukan Pengolahan Data.....	39
4.4.2.	Melakukan Perbaiki <i>Prototype</i>	41
4.4.3.	Melakukan <i>Run an Experiment</i> Iterasi Kedua.....	44
4.5.	Tahap Akhir.....	46
4.5.1.	Penyusunan Dokumen UI/UX <i>Website Michelle Beauty Care</i>	46



BAB V PENUTUP.....	47
5.1. Kesimpulan.....	47
5.2. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Interval Skala <i>Likert</i>	11
Tabel 3.1 Proses dan Luaran Tahap <i>Declare Assumption</i>	15
Tabel 3.2 Proses dan Luaran Tahap <i>Create an MVP</i>	17
Tabel 3.3 Proses dan Luaran Tahap <i>Run an Experiment</i>	18
Tabel 3.4 Proses dan Luaran tahap <i>Feedback and Research</i>	18
Tabel 4.1 Tujuan Bisnis Klinik Michelle <i>Beauty Care</i>	20
Tabel 4.2 Hasil Wawancara	20
Tabel 4.3 Analisis Kompetitor	21
Tabel 4.4 Hasil Pengujian <i>Heuristic Evaluation</i>	21
Tabel 4.5 Daftar Fitur yang Diusulkan	22
Tabel 4.6 Daftar Asumsi	23
Tabel 4.7 Daftar Fitur	25
Tabel 4.8 Daftar <i>Wireframe</i>	29
Tabel 4.9 Daftar <i>Prototype</i>	34
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>A/B Testing</i>	41
Tabel 4.11 Implementasi 10 Prinsip <i>Heuristic Evaluation</i>	44
Tabel L3.1 Data Hasil Kuesioner Pengujian <i>Heuristic Evaluation</i>	72
Tabel L10.1 Data Hasil Kuesioner Responden <i>A/B Testing</i>	108
Tabel L13.1 Data Hasil Pengolahan Pengujian <i>Prototype Final</i>	121

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pengunjung <i>Website</i>	2
Gambar 2.1 Metode <i>Lean UX</i>	8
Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian.....	15
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> pengunjung klinik Michelle <i>Beauty Care</i>	24
Gambar 4.2 <i>User Persona admin website</i> Michelle <i>Beauty Care</i>	24
Gambar 4.3 Logo Klinik Michelle <i>Beauty Care</i>	26
Gambar 4.4 Tipografi <i>font Poppins</i>	27
Gambar 4.5 Skema Warna <i>Website</i>	27
Gambar 4.6 <i>Sitemap User</i> Pengunjung <i>Website</i>	28
Gambar 4.7 <i>Sitemap User Admin Website</i>	28
Gambar 4.8 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Login</i>	29
Gambar 4.9 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Dashboard Admin</i>	30
Gambar 4.10 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Kelola Produk dan Layanan</i>	30
Gambar 4.11 <i>Wireframe</i> Halaman <i>CRUD Produk dan Layanan</i>	31
Gambar 4.12 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Beranda</i>	32
Gambar 4.13 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Produk dan Layanan</i>	33
Gambar 4.14 <i>Wireframe</i> <i>Detail Produk dan Layanan</i>	34
Gambar 4.15 <i>Prototype</i> Halaman <i>Login</i>	35
Gambar 4.16 <i>Prototype</i> Halaman <i>Dashboard</i>	35
Gambar 4.17 <i>Prototype</i> Halaman <i>Kelola Produk dan Layanan</i>	36
Gambar 4.18 <i>Prototype</i> Halaman <i>Ubah Produk dan Layanan</i>	36
Gambar 4.19 <i>Prototype</i> Halaman <i>Beranda</i>	37
Gambar 4.20 <i>Prototype</i> Halaman <i>Produk dan Layanan</i>	38
Gambar 4.21 <i>Prototype</i> Halaman <i>Detail Produk dan layanan</i>	39
Gambar 4.22 <i>Diagram</i> <i>Umur Responden</i>	40
Gambar 4.23 <i>Diagram</i> <i>Pekerjaan Responden</i>	40
Gambar 4.24 <i>Prototype Final</i> Halaman <i>Beranda</i>	42
Gambar 4.25 <i>Prototype Final</i> Halaman <i>Produk dan Layanan</i>	43
Gambar 4.26 <i>Prototype Final</i> <i>Detail Produk dan Layanan</i>	43

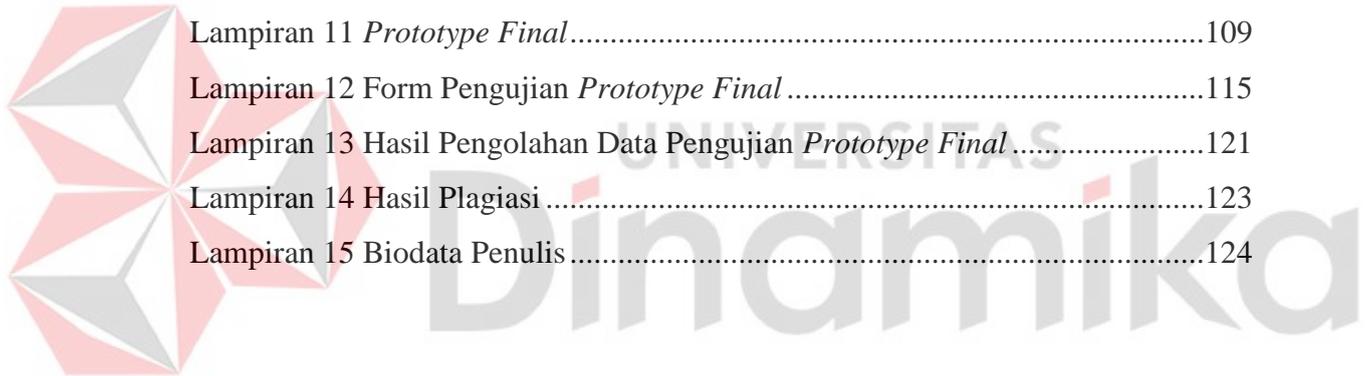
Gambar L1.1 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 1	51
Gambar L1.2 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 2	52
Gambar L1.3 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 3	53
Gambar L1.4 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 4	54
Gambar L1.5 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 5	55
Gambar L1.6 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 6	56
Gambar L1.7 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 7	57
Gambar L1.8 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 8	58
Gambar L1.9 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 9	59
Gambar L1.10 <i>Form</i> Kuesioner Bagian 10	60
Gambar L2.1 Respons Kuesioner Responden Bagian 1	61
Gambar L2.2 Respons Kuesioner Responden Bagian 2	62
Gambar L2.3 Respons Kuesioner Responden Bagian 3	63
Gambar L2.4 Respons Kuesioner Responden Bagian 4	64
Gambar L2.5 Respons Kuesioner Responden Bagian 5	65
Gambar L2.6 Respons Kuesioner Responden Bagian 6	66
Gambar L2.7 Respons Kuesioner Responden Bagian 7	67
Gambar L2.8 Respons Kuesioner Responden Bagian 8	68
Gambar L2.9 Respons Kuesioner Responden Bagian 9	69
Gambar L2.10 Respons Kuesioner Responden Bagian 10	70
Gambar L2.11 Respons Kuesioner Responden Bagian 11	71
Gambar L5.1 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Tim Klinik	79
Gambar L5.2 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Tim Klinik	79
Gambar L5.3 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Testimoni Konsumen	80
Gambar L5.4 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Testimoni Konsumen	80
Gambar L5.5 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Kontak dan Alamat	81
Gambar L5.6 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Kontak dan Alamat	81
Gambar L5.7 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola <i>Customer Service</i> Klinik	82
Gambar L5.8 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD <i>Customer Service</i> Klinik	82
Gambar L5.9 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola <i>News and Article</i>	83
Gambar L5.10 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD <i>News and Article</i>	83
Gambar L5.11 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola Profil Klinik	84

Gambar L5.12 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD Profil Klinik	84
Gambar L5.13 <i>Wireframe</i> Halaman Kelola <i>Carousel Website</i>	85
Gambar L5.14 <i>Wireframe</i> Halaman CRUD <i>Carousel Website</i>	85
Gambar L6.1 <i>Wireframe</i> Halaman Tim Klinik	86
Gambar L6.2 <i>Prototype</i> Halaman Testimoni Konsumen.....	87
Gambar L6.3 <i>Wireframe</i> Halaman Kontak dan Alamat Klinik	88
Gambar L6.4 <i>wireframe</i> Halaman <i>Customer Service</i>	89
Gambar L6.5 <i>Wireframe</i> Halaman <i>News and Article</i>	90
Gambar L6.6 <i>Wireframe</i> Halaman Profil klinik	91
Gambar L7.1 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Tim Klinik.....	92
Gambar L7.2 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Tim Klinik	92
Gambar L7.3 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Testimoni Konsumen	93
Gambar L7.4 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Testimoni Konsumen	93
Gambar L7.5 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Kontak dan Alamat	94
Gambar L7.6 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Kontak dan Alamat.....	94
Gambar L7.7 <i>Prototype</i> Halaman Kelola <i>Customer Service</i> Klinik.....	95
Gambar L7.8 <i>Prototype</i> Halaman CRUD <i>Customer Service</i> Klinik.....	95
Gambar L7.9 <i>Prototype</i> Halaman Kelola <i>News and Article</i>	96
Gambar L7.10 <i>Prototype</i> Halaman CRUD <i>News and Article</i>	96
Gambar L7.11 <i>Prototype</i> Halaman Kelola Profil Klinik	97
Gambar L7.12 <i>Prototype</i> Halaman CRUD Profil Klinik.....	97
Gambar L7.13 <i>Prototype</i> Halaman Kelola <i>Carousel Website</i>	98
Gambar L7.14 <i>Prototype</i> Halaman CRUD <i>Carousel Website</i>	98
Gambar L8.1 <i>Prototype</i> Halaman Tim Klinik.....	99
Gambar L8.2 <i>Prototype</i> Halaman Testimoni Konsumen.....	100
Gambar L8.3 <i>Prototype</i> Halaman Kontak dan Alamat.....	101
Gambar L8.4 <i>Prototype Customer Service</i>	102
Gambar L8.5 <i>Prototype</i> Halaman <i>News and Article</i>	103
Gambar L8.6 <i>Prototype</i> Halaman Profil Klinik.....	104
Gambar L9.1 <i>Form</i> Pengujian <i>A/B Testing</i> Bagian 1	105
Gambar L9.2 <i>Form</i> Pengujian <i>A/B Testing</i> Bagian 2	105
Gambar L9.3 <i>Form</i> Pengujian <i>A/B Testing</i> Bagian 3	106

Gambar L9.4 <i>Form Pengujian A/B Testing</i> Bagian 4	106
Gambar L9.5 <i>Form Pengujian A/B Testing</i> Bagian 5	107
Gambar L9.6 <i>Form Pengujian A/B Testing</i> Bagian 6	107
Gambar L11.1 <i>Prototype Final</i> Halaman Tim Klinik.....	109
Gambar L11.2 <i>Prototype Final</i> Halaman Testimoni Konsumen	110
Gambar L11.3 <i>Prototype Final</i> Halaman Kontak dan Alamat	111
Gambar L11.4 <i>Prototype Final Customer Service</i>	112
Gambar L11.5 <i>Prototype Final</i> Halaman <i>News and Article</i>	113
Gambar L11.6 <i>Prototype Final</i> Halaman Profil Klinik	114
Gambar L12.1 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 1	115
Gambar L12.2 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 2.....	115
Gambar L12.3 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 3.....	116
Gambar L12.4 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 4.....	116
Gambar L12.5 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 5.....	117
Gambar L12.6 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 6.....	117
Gambar L12.7 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 7.....	118
Gambar L12.8 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 8.....	118
Gambar L12.9 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 9.....	119
Gambar L12.10 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 10.....	119
Gambar L12.11 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 11	120
Gambar L12.12 <i>Form Pengujian Prototype Final</i> Bagian 12.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Form</i> Kuesioner Evaluasi <i>Website Michelle Beauty Care</i>	51
Lampiran 2 Hasil Respons Kuesioner Responden	61
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Kuesioner	72
Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Dan Jawaban Wawancara	74
Lampiran 5 <i>Wireframe Admin Website Michelle Beauty Care</i>	79
Lampiran 6 <i>Wireframe</i> Pengunjung <i>Website Michelle Beauty Care</i>	86
Lampiran 7 <i>Prototype</i> Halaman <i>Admin Website Michelle Beauty Care</i>	92
Lampiran 8 <i>Prototype</i> Halaman Pengunjung <i>Website Michelle Beauty Care</i>	99
Lampiran 9 <i>Form</i> Pengujian <i>A/B Testing Prototype</i>	105
Lampiran 10 Data Hasil Kuesioner Responden	108
Lampiran 11 <i>Prototype Final</i>	109
Lampiran 12 <i>Form</i> Pengujian <i>Prototype Final</i>	115
Lampiran 13 Hasil Pengolahan Data Pengujian <i>Prototype Final</i>	121
Lampiran 14 Hasil Plagiasi	123
Lampiran 15 Biodata Penulis	124



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

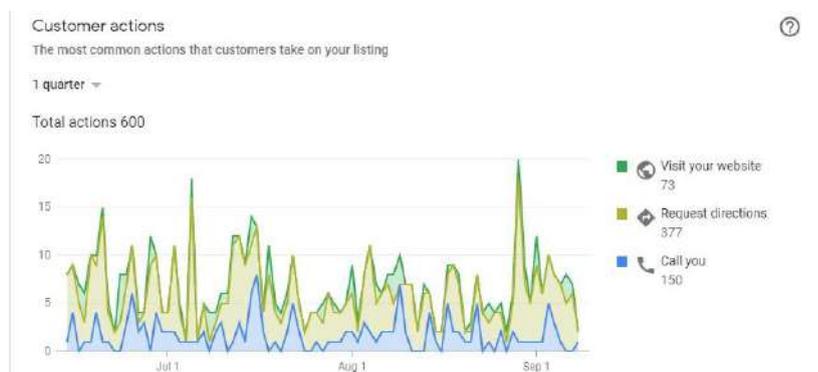
Perawatan kecantikan saat ini menjadi kebutuhan bagi setiap orang yang menginginkan kulit bersih dan cantik. Gaya hidup yang menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan, maka dari itu perawatan kulit menjadi hal yang sangat penting. Terlebih lagi untuk mengatasi berbagai keluhan yang terjadi pada kulit yang mengalami masalah, maka dari itu membutuhkan suatu perawatan yang tepat. Adapun *skincare* dan juga klinik kecantikan yang di dalamnya terdapat dokter untuk melakukan tindakan medis juga menggunakan berbagai macam alat medis yang berteknologi tinggi untuk membantu melakukan *treatment* pada konsumen.

Klinik kecantikan Michelle *Beauty Care* merupakan klinik kecantikan di Surabaya yang berdiri sejak tahun 2012 dan beralamat di Jl. Rungkut Madya No.125, Rungkut Kidul, Kec. Rungkut, Kota Surabaya. Klinik Michelle *Beauty Care* memiliki layanan *skin treatment, facial treatment, body & hair treatment*, dan mengeluarkan produk *skincare* Mi *Beauty* yang telah terjual hampir 2.000 *Cream* perawatan wajah, 3.000 *Facial wash* atau sabun pencuci muka, 1.000 Serum wajah untuk kulit kusam dan, 1.500 Serum untuk kulit yang berjerawat. Klinik ini mempunyai hampir 5.000 pasien dari berbagai kalangan dan berbagai permasalahan kulit yang di alami. Tujuan bisnis klinik Michelle *Beauty Care* yakni *customer* senang dengan penerapan prinsip layanan yang sesuai dan yang dibutuhkan dan bisnis klinik kecantikan yang dapat secara langsung dan tidak langsung bisa mengatasi dan mengobati permasalahan dan keluhan *customer* tentang kulit wajah. Klinik Michelle *Beauty Care* memiliki target meningkatkan jumlah *income* per harinya, rencana membuka cabang baru, serta memanfaatkan teknologi informasi dalam memperkenalkan klinik kepada *customer* baru.

Aktivitas pengunjung pada klinik Michelle *Beauty Care* yakni pengunjung akan menuju resepsionis untuk menanyakan jenis perawatan apa yang dapat dilakukan atau meminta untuk konsultasi dengan dokter. Resepsionis akan mendata konsumen dengan kebutuhan perawatan dan menyiapkan ruangan untuk dilakukan perawatan atau konsultasi dengan dokter. Disaat kondisi klinik sedang ramai,

resepsionis biasanya akan mengarahkan pengunjung untuk melihat *website* Michelle *Beauty Care* untuk melihat berbagai macam produk, perawatan dan harga yang ada. Namun berdasarkan wawancara dengan pengunjung, mereka merasa tidak nyaman ketika mengunjungi *website* karena terlalu banyak tulisan, dan tidak ada sekat / pemisah antar bagian yang ada sehingga informasi tidak dapat tersampaikan dengan baik.

Klinik Michelle *Beauty Care* memiliki beberapa *social media* yakni *instagram* @michelleklinik dan *tiktok* @Michellebeautycare sebagai media untuk mempromosikan klinik Michelle *Beauty Care* sehingga pengunjung dapat tertarik untuk mengunjungi klinik. Adanya *social media* membantu dalam meningkatkan kunjungan klinik Michelle *Beauty Care*. Dalam pengembangan TI, klinik Michelle *Beauty Care* sedang mengembangkan sebuah *website* beralamat di <https://michelleclinic.com/> yang berisi *company profile*, produk dan layanan, serta *customer service* klinik Michelle *Beauty Care*. Namun, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada tim digital Michelle *Beauty Care* yang bernama Gheantoro Albudi, permasalahan pada pemasaran melalui *website* yakni kurang maksimalnya informasi yang diberikan pada *website* serta tim memiliki kendala dalam merancang desain *website* yang diinginkan pengunjung, sehingga tim IT membuat *website* dengan informasi seadanya yang diberikan saat ini. Dalam 3 bulan terakhir mulai dari bulan Juli 2022 hingga September 2022, *website* Michelle *Beauty Care* hanya mendapatkan 73 pengunjung yang mengunjungi *website* dan dapat dilihat pada Gambar 1.1. Sedangkan jumlah pengunjung yang datang ke klinik tiap harinya kurang lebih berjumlah 50 orang dengan jam operasional pukul 09.00 WIB hingga 20.00 WIB.



Gambar 1.1 Grafik Pengunjung *Website*

Sumber : Google Analytics *Website* Michelle *Beauty Care*

Selain itu peneliti melakukan survey kuesioner dengan menggunakan metode *Nielsen's Heuristic Evaluation*, yakni metode evaluasi berisi prinsip-prinsip umum untuk desain *interface* yang berinteraksi dengan pengguna untuk mengevaluasi *website*. Survey *website* Michelle Beauty Care dilakukan kepada 30 responden yakni pengunjung klinik dan responden umum serta karyawan. Hasil kuesioner yakni pada indikator menunjukkan hasil rata-rata indikator *Visibility of system status* sebesar 68%. Pada indikator *Match between system and the real world* hasil rata-rata sebesar 68,5%. Pada indikator *User control and freedom* hasil rata-rata sebesar 68,6%. Pada indikator *Consistency and standards* sebesar hasil rata-rata 65,8%. Pada indikator *Error prevention* hasil rata-rata sebesar 66,6%. Pada indikator *Recognition rather than recall* hasil rata-rata sebesar 67,9%. Pada indikator *Flexibility and efficiency of use* hasil rata-rata sebesar 69,1%. Pada indikator *Aesthetic and minimalist design* hasil rata-rata sebesar 64%. Pada indikator *Help user recognize, diagnose, and recover from errors* hasil rata-rata sebesar 67,5%. Dan yang terakhir pada indikator *Help and documentation* hasil rata-rata sebesar 74,1%. *Form* kuesioner evaluasi *website* Michelle Beauty Care dapat dilihat pada Lampiran 1. Hasil rata-rata dari masing-masing indikator 68% dan berada pada interval baik di indeks 50% - 74,9% yang berarti *user interface & user experience website* Michelle Beauty Care dapat ditingkatkan kembali agar sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle Beauty Care. Hasil respons kuesioner responden dapat dilihat pada Lampiran 2.

Berdasarkan permasalahan dan hasil kuesioner tersebut, maka perlu dilakukan analisis dan perancangan *user interface* dan *user experience* pada *website* Michelle Beauty Care dengan menggunakan metode *Lean UX*. Metode *Lean UX* dipilih dalam perancangan UI/UX *website* Michelle Beauty Care karena dalam proses mendesain metode *Lean UX* berfokus pada kebutuhan pengguna dengan mengutamakan *feedback* yang cepat dan tepat dari pengguna. Kebutuhan pengguna yang dimaksud yakni mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle Beauty Care pada *website* yang berisi *company profile*, produk dan layanan, tim klinik, testimoni *customer*, kontak dan alamat, dan *customer service*

klินิก Michelle *Beauty Care*. Keuntungan menggunakan Metode *Lean UX* ini adalah waktu yang digunakan dalam mendesain *website* UI/UX Michelle *Beauty Care* lebih singkat dan tidak membutuhkan biaya yang besar. Metode *Lean UX* dilakukan dengan empat tahapan yaitu mengidentifikasi masalah, membuat *Minimum Viable Product* (MVP), pengujian MVP dan mengumpulkan *feedback*. Pengujian yang dilakukan untuk menguji *prototype website* Michelle *Beauty Care* menggunakan metode A/B Testing dan *Nielsen's Heuristic Evaluation*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menganalisis dan merancang UI/UX pada *website* Michelle *Beauty Care* menggunakan metode *Lean UX* sehingga menghasilkan desain *user interface* dan *user experience* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle *Beauty Care*.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada perancangan UI/UX dengan metode *Lean UX* pada *website* Michelle *Beauty Care* sebagai berikut:

1. Perancangan UI/UX dibangun menggunakan metode *Lean UX* dan pengujian *user interface* menggunakan metode A/B Testing dan *Nielsen's Heuristic Evaluation*.
2. *Prototype* yang dirancang merupakan versi tampilan *website*.

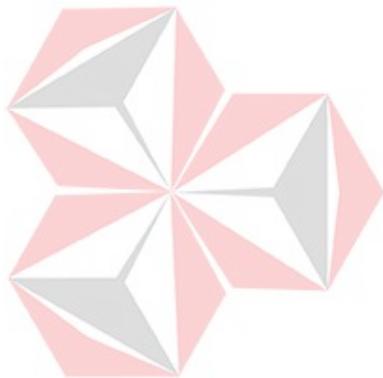
1.4. Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu menghasilkan rancangan desain *prototype website* Michelle *Beauty Care* yang memiliki *user interface* dan *user experience* yang sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle *Beauty Care* pada *website* Michelle *Beauty Care* yakni *company profile*, produk dan layanan, tim klinik, testimoni *customer*, kontak dan alamat, dan *customer service* klinik Michelle *Beauty Care*.

1.5. Manfaat

Berdasarkan analisis dan perancangan UI/UX dengan metode *Lean UX* pada *website Michelle Beauty Care* diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pemilik klinik dapat menyampaikan informasi mengenai klinik *Michelle Beauty Care* kepada pengunjung.
2. Pengguna dapat menggunakan *website Michelle Beauty Care* dengan lancar untuk mendapatkan informasi mengenai Klinik *Michelle Beauty Care*.
3. Tim pengembang *website* dapat membuat sebuah *website* sebagai media untuk menginformasikan klinik *Michelle Beauty Care* kepada pengunjung *website* sesuai dengan kebutuhan *user interface* dan *user experience* yang dibutuhkan *user*.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. User Interface

Menurut Lastiansah (2012), *user interface* adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Istilah *user interface* terkadang digunakan sebagai pengganti istilah *Human Computer Interaction* (HCI) dimana semua aspek dari interaksi pengguna dan komputer. Dengan adanya *User interface* yang baik akan memberikan beberapa keunggulan diantaranya memudahkan interaksi pengguna dengan produk, meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis dan meningkatkan kualitas *branding* (Aprilia, 2020).

Pembuatan *user interface* bertujuan untuk menjadikan teknologi informasi tersebut mudah digunakan oleh pengguna atau disebut dengan istilah *user friendly*. Istilah *user friendly* digunakan untuk menunjuk kepada kemampuan yang dimiliki oleh perangkat lunak atau program aplikasi yang mudah dioperasikan dan mempunyai sejumlah kemampuan lain sehingga pengguna merasa betah dalam mengoperasikan program tersebut. Namun terkadang masih ada teknologi informasi yang memiliki *user interface* terlalu rumit sehingga sulit dipahami oleh pengguna.

Dari penjelasan tersebut *user interface* mempunyai peran yang penting dalam efektivitas suatu sistem informasi. Dalam membangun sebuah *website* klinik kecantikan diperlukan *user interface* yang *user friendly*, sehingga dapat memudahkan pengunjung untuk berinteraksi dengan *website* klinik kecantikan.

2.2. User Experience

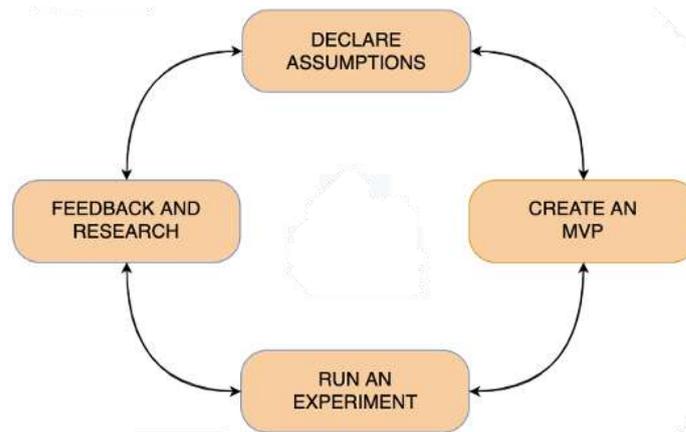
Menurut definisi dari ISO 9241-210 (2009), *user experience* (UX) adalah persepsi seseorang dan responsnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. *User Experience* menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa. *User experience* adalah pengalaman suatu produk atau jasa yang muncul pada pengguna ketika menggunakannya di dunia nyata.

UX bukan hanya apa yang pengguna lihat, bukan hanya menghasilkan desain yang menarik untuk dipandang, namun dapat menjawab mengapa desain tersebut seperti itu, desain yang mampu membuat perasaan pengguna nyaman ketika berhasil memperoleh tujuannya pada saat menggunakan produk atau aplikasi. Karena terdapat beberapa hal yang perlu dipelajari untuk dapat membuat UX yang baik dan sesuai maka disebut sebagai *UX designer*. *UX Designer* merupakan orang yang dengan keahlian desainnya, berkolaborasi dengan berbagai lintas fungsional, mencari *sweet spot* antara kebutuhan pengguna, tujuan bisnis, dan kemajuan teknologi, kemudian membuat *magical experience* melalui desain produk yang bermakna, berguna, dan menyenangkan (*meaningful, useful, dan enjoyable*).

Dari penjelasan tersebut *user experience* mempunyai peran yang penting juga dalam pengalaman pengguna ketika menggunakan produk / aplikasi. Dalam membangun sebuah *website* klinik kecantikan diperlukan juga *user experience* yang dapat memberikan pengalaman penggunaan yang baik, sehingga dapat memberikan kenyamanan pengunjung ketika berinteraksi dengan *website* klinik kecantikan.

2.3. Lean UX

Menurut Klein (2013), *Lean UX* merupakan sebuah perubahan mendasar dalam merancang produk dengan memperkenalkan beberapa hal baru yang belum ditemukan dalam tahapan desain lainnya. *Lean UX* merupakan teknik yang sangat berguna saat mengerjakan proyek *website* di mana kecepatan dalam proses menjadi utama sehingga desain UX dapat tercipta sesuai harapan pengguna (Rahmalia, 2021). Menurut Gothelf (2013), Proses *Lean UX* terdiri dari empat langkah, yakni *Declare Assumption, Create MVP, Run an Experiment, and Receive Feedback & Research* seperti yang terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Metode *Lean UX*
 Sumber: (Rahman & Rajanen, 2019)

Langkah pertama dari *Lean UX* adalah *declare assumption* yang terdiri dari *Vision*, *Framing*, dan *Outcome*. Asumsi tersebut meliputi pernyataan masalah, asumsi, hipotesis, persona, dan fitur produk primer. Langkah selanjutnya yakni *Create an MVP*, Ini membantu untuk menguji asumsi. MVP biasanya merupakan prototipe (seperti sketsa kertas, gambar rangka yang dapat diklik). Langkah selanjutnya yakni *Run an Experiment*, Konsep kunci dari langkah-langkah ini adalah menjalankan eksperimen MVP untuk mengetahui kemungkinan pasar dan apa yang diinginkan orang, bukan hanya apa yang mereka katakan. Langkah terakhir yakni *Feedback and Research*, yakni mengumpulkan umpan balik dan analisisnya adalah langkah akhir dari siklus *Lean UX*. Hasil eksperimen ditujukan untuk menginformasikan kepada tim apakah hipotesis mengenai suatu asumsi benar atau tidak (Rahman A. , 2021).

2.4. A/B Testing

Menurut Gallo (2017), A/B Testing pada dasarnya adalah cara untuk membandingkan dua versi dari sesuatu untuk mengetahui mana yang berkinerja lebih baik. Pengujian A/B bekerja dengan menampilkan dua versi aset yang sama secara acak kepada pengguna yang berbeda. Bagian acak penting karena ini memberikan informasi yang lebih akurat tanpa mencondongkan hasil, satu versi adalah grup "kontrol", atau versi yang sudah digunakan. Versi kedua mengubah satu elemen. (Patel, 2022) Kelebihan dalam menggunakan A/B Testing adalah dapat meningkatkan interaksi antara pemilik dengan *brand* sehingga dapat mengetahui metode pemasaran yang akan digunakan, dapat menghilangkan elemen

yang asing oleh pengguna ataupun yang tidak berpengaruh terhadap pengguna, dan dapat memberikan data mengenai perilaku *customer* (Marketo, 2015).

A/B Testing pada dasarnya adalah eksperimen dimana dua varian dari satu halaman diperlihatkan kepada pengguna secara acak dan analisis digunakan untuk menentukan variasi mana yang berkinerja lebih baik untuk tujuan konversi yang diberikan. Analisis yang dimaksud untuk membandingkan dua desain yang berbeda dan mencari hasil yang paling di rasa nyaman atau paling banyak dipilih oleh pengguna. Selain itu untuk menjalankan *A/B Testing* dapat juga mengajukan pertanyaan terfokus tentang perubahan pada *website* atau aplikasi pada produk yang dibuat dan kemudian mengumpulkan data tentang dampak perubahan tersebut.

2.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda – benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti tersebut. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, waktu atau hal yang lain, maka dapat menggunakan sampel untuk mengatasi kondisi tersebut. Oleh sebab itu pengambilan sampel dari populasi harus benar – benar representatif atau mewakili keseluruhan populasi. Pada penelitian ini menggunakan teknik *slovin* dan *random sampling* untuk mendapatkan sampel.

Random Sampling yaitu pengambilan sampel secara acak sederhana, teknik ini dibedakan menjadi dua cara yaitu dengan mengundi (*lottery technique*) atau dengan menggunakan Tabel bilangan atau *random number* (Notoatmodjo, 2010). Berikut adalah rumus yang digunakan :

$$N = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel.

N = Ukuran populasi.

e = Kelonggaran ketidaktelitian kesalahan sebesar 0,1.

2.6. *Minimum Viable Product (MVP)*

Menurut Ries (2011), *Minimum Viable Product (MVP)* versi produk baru yang memungkinkan tim mengumpulkan jumlah maksimum pembelajaran tervalidasi tentang pelanggan (memenuhi kebutuhan dasar pelanggan) dengan sedikit usaha. Dalam hal *Lean UX*, MVP adalah prototipe yang dibuat dari sketsa kertas atau gambar rangka yang dapat diklik untuk mengumpulkan data yang relevan untuk menjawab hipotesis yang diberikan (Quora, 2018). Oleh karena itu, MVP dapat dianggap sebagai email, wawancara, tombol ke mana-mana. Dengan kata lain, MVP bisa menjadi animasi pendek dengan penjelasan tentang apa yang dilakukan produk, dan mengapa pengguna harus membelinya.

2.7. *Heuristic Evaluation*

Heuristic Evaluation adalah prinsip-prinsip umum untuk desain *interface* yang berinteraksi dengan pengguna. *Heuristic Evaluation* (evaluasi heuristik) adalah metode penilaian kegunaan suatu produk digital yang bertujuan untuk memperbagus *user experience*. Evaluasi heuristik dapat dilakukan pada tahap apapun sepanjang proses desain *interface*. Tahap yang optimum adalah ketika sudah ada *prototype* yang dapat berinteraksi melalui klik, sehingga penggunaan produk sudah bisa disimulasikan secara terseluruh. Untuk mendapatkan hasil rata-rata pada tiap indikator digunakan rumus sebagai berikut:

$$N = (\Sigma A)/n \quad (2)$$

Keterangan :

N = Nilai Rata-rata Indikator

ΣA = Total Capaian Responden dari sub aspek *heuristic evaluation*

n = banyaknya sub aspek *heuristic evaluation* dalam setiap aspek

Persentase skala *likert* dalam penelitian yakni menggunakan interval *skala likert* yang dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Interval Skala *Likert*

Indeks	Keterangan
75 – 100%	Sangat Bagus
50% - 74,9%	Bagus
25% – 49,9%	Buruk
0% – 24,9%	Sangat Buruk

Sumber : (Riadi, 2020)

Pada *Heuristic Evaluation* yang ditemukan oleh Nielsen (1994) adas10 prinsip penting yang harus diperhatikan dalam desain *interface*:

1. *Visibility of System Status*: suatu sistem harus selalu menginformasikan pengguna (*user*) tentang apa yang sedang berlangsung, melalui umpan balik (*feedback*) dalam waktu yang tepat.
2. *Match Between System and the Real World*: evaluasi ini mengkritisi suatu *system* harus di desain dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, oleh orang awam/para penggunanya, kalimat ungkapan, dan konsep yang dikenal oleh *user*.
3. *User Control and Freedom (navigation)*: evaluasi ini dimaksudkan agar pengguna dengan mudah menavigasi suatu sistem. Salah satu contoh yang biasa digunakan ketika pengguna ingin keluar dari sistem “*exit*” ketika melakukan suatu kesalahan.
4. *Consistency and Standar*: evaluasi *consistency* dimaksudkan agar suatu sistem menjadi standar, konsisten dalam hal penulisan kalimat, jenis huruf, dan lain sebagainya. Hindari penulisan kalimat, huruf, dan situasi lainnya yang berbeda sehingga menimbulkan kesan tidak standar dalam suatu sistem.
5. *Error Prevention*: evaluasi ini hampir serupa dengan evaluasi *navigation*. Tetapi yang lebih diutamakan adalah pencegahan pengguna ketika melakukan kesalahan.
6. *Recognition Rather than Recall*: evaluasi ini berkaitan dengan beban kerja (*memory*) pengguna sistem. Minimalkan pengguna ingatan dalam suatu sistem. Pengguna sebaiknya tidak perlu untuk mengingat ketika hendak menjalankan suatu sistem.

7. *Flexibility and Efficiency of Use*: kecepatan dan ketepatan ketika menggunakan suatu sistem merupakan hal yang perlu diperhatikan, terlebih lagi pengguna baru.
8. *Aesthetic and Minimalist Design*: perlu diperhatikan empat prinsip dalam desain tampilan / visual yaitu: kontras, *repetition* / pengulangan, *alignment*, cahaya / *proximity*.
9. *Help User Recognize, Diagnose, and Recover from Errors*: pesan / tampilan ketika melakukan kesalahan sebaiknya disampaikan dalam bahasa yang baku.
10. *Help and Documentation*: kolom / *action help* merupakan salah satu kolom yang perlu ada dalam suatu sistem, sehingga dapat membantu pengguna ketika menghadapi masalah / kesulitan.

2.8. Website

Menurut Hartono (2014), *website* adalah kumpulan halaman web dan *file* pendukungnya (*file* gambar, video, *file* digital lainnya, dll) yang disimpan di server web dan biasanya dapat diakses melalui Internet. *Website* ini menciptakan berbagai jenis sistem informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, di mana saja, tanpa memandang jarak atau waktu.

Menurut Moustakis (2004) ciri-ciri *website* yang baik yaitu:

1. Content

Informasi yang disediakan di *website* dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan. Isi mencerminkan kualitas dan kelengkapan informasi. Konten juga mengacu pada daya tanggap sebuah situs web untuk memuaskan pengguna dan keyakinan tentang informasi yang terkandung di situs web.

2. Navigation

Navigasi mencerminkan dukungan yang diberikan saat pengguna menavigasi situs. Elemen navigasi meliputi kemudahan navigasi, kemudahan memahami struktur situs, dan ketersediaan serta efektivitas tautan.

3. Design and Structure

Struktur dan desain mencakup aspek-aspek yang mempengaruhi urutan, kecepatan, dan browser presentasi. Selainsitu, jika menggunakan warna, variasi unik harus ditetapkan untuk setiap kategori. Selain itu, situs web

"ringan" cenderung lebih kompatibel dengan perangkat lunak alternatif, yang dapat membuatnya lebih mudah digunakan.

4. *Appearance and Multimedia*

Memiliki grafik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan pengguna. Aspek penampilan dan pengambilan multimedia yang terkait dengan "Penampilan Situs Web". Untuk menggunakan simbol, perlu menyesuaikan warna dan keterbacaan teks dari jarak pandang normal.

5. *Uniqueness*

Keunikan mengacu pada persepsi pengguna bahwa sebuah situs menawarkan sesuatu yang membedakannya dari situs lain. Fungsionalitas situs web ditentukan berdasarkan konten, estetika, dan kemampuan desain.

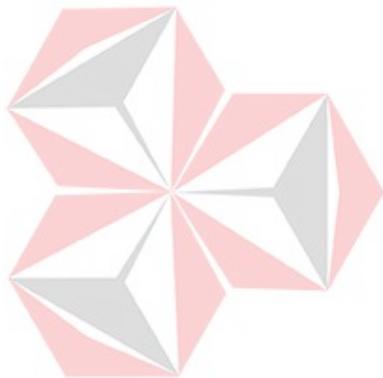
Berdasarkan ciri-ciri *website* tersebut, *website* klinik kecantikan memiliki berbagai konten yang berisi informasi mengenai klinik tersebut, yakni *company profile*, produk dan layanan, tim klinik, testimoni *customer*, kontak dan alamat, dan *customer service*. *Website* klinik kecantikan juga memiliki navigasi yang berfungsi mengarahkan pengguna untuk menjelajah *website*, memiliki desain dan warna yang unik sesuai dengan *brand* klinik, serta memiliki struktur *website* yang ringan dan cepat untuk bisa diakses, memiliki berbagai foto dan video sebagai multimedia *website* serta teks dan warna yang dapat dibaca oleh pengguna *website*, dan memiliki keunikan tersendiri yang menjadikan tiap *website* memiliki keunikan masing-masing baik dari konten, estetika, dan desain *website*.

2.9. *Elemen Dasar Desain Visual*

Desain Visual adalah hal yang penting pada pembuatan produk karena hal yang biasa dilihat pertama kali oleh pengguna adalah *UI Design* (tampilan) sebelum masuk ke fungsional. Jika produk tidak memiliki tampilan visual yang menarik, peggunasakan mendapatkan kesan pertama yang kurang menyenangkan. Sebaliknya, produk dengan tampilan visual yang menarik akan membekas di hati penggunanya.

Untuk membangun desain visual yang menarik, perlu adanya elemen-elemen dasar sebelum membuat *UI Design*. Elemen ini merupakan hal dasar yang digunakan untuk membangun sebuah desain. Elemen tersebut adalah tipografi,

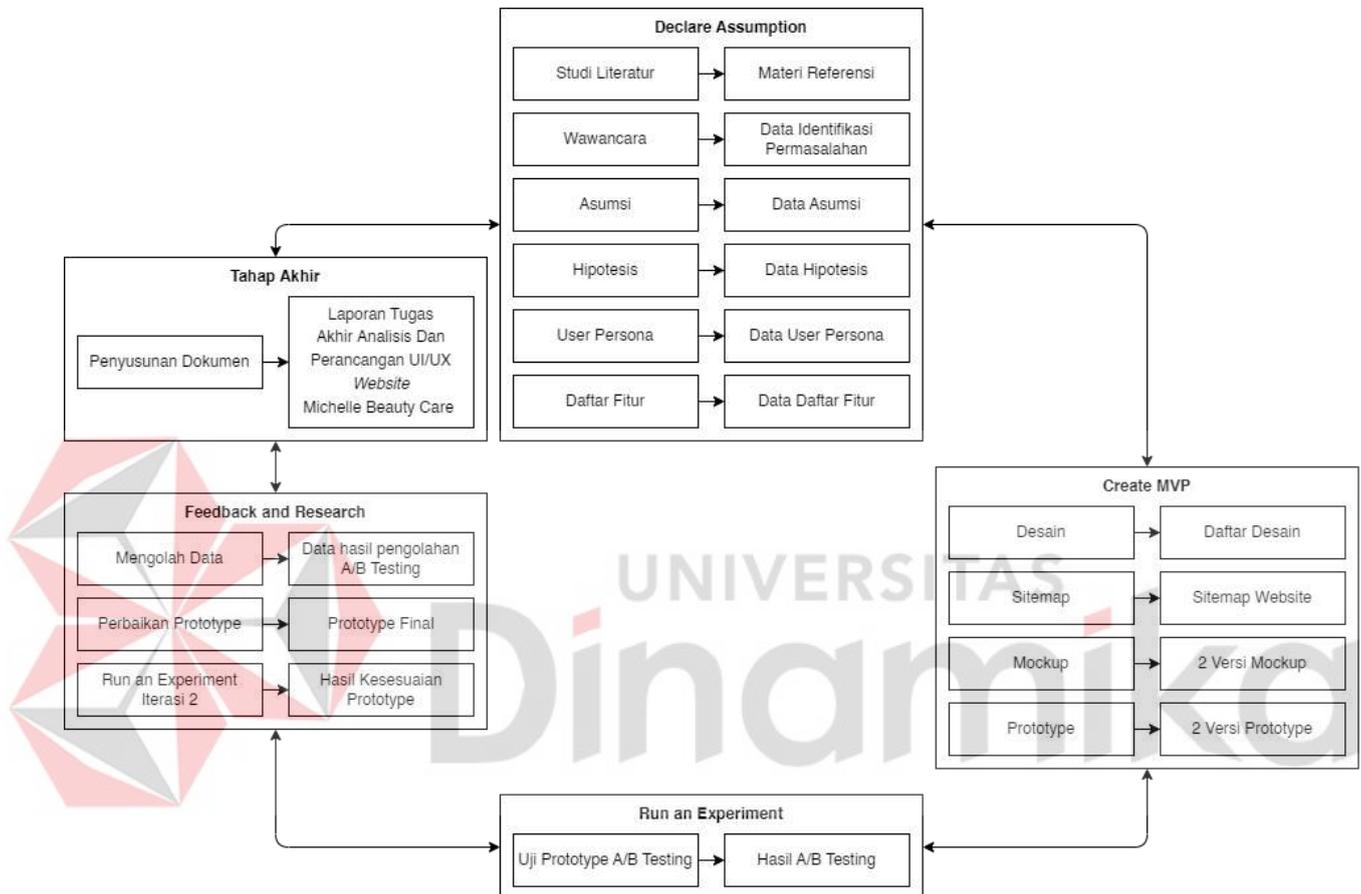
dan warna. Tipografi adalah ilmu dan teknik dalam mengatur jenis huruf supaya tulisan menjadi mudah terbaca dan menarik saat ditampilkan. Warna adalah salah satu elemen esensial dalam UI Design. Pemilihan warna yang tepat dapat memberikan pengaruh yang berbeda pada pemikiran, perilaku, dan suasana hati pengguna. Hal ini karena setiap warna memiliki emosi psikologi masing-masing. (Faizin, 2022).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan penelitian yang digunakan menggunakan metode *Lean UX* dan dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian

3.1. *Declare Assumption*

Pada tahap *declare assumption* dilakukan proses mengidentifikasi, ide produk yang akan dirancang. Proses dan luaran dari tahap *declare assumption* dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Proses dan Luaran Tahap *Declare Assumption*

No.	Proses	Luaran
1	Studi Literatur	Materi dan Metode Penelitian Terkait
2	Wawancara	Dokumen Hasil Wawancara
3	Mendeklarasikan Asumsi	Daftar Asumsi
4	Menulis Hipotesis	Hipotesis Permasalahan
5	Pembuatan User Persona	<i>User Persona</i>
6	Membuat daftar fitur	Daftar Fitur Website

3.1.1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan terhadap beberapa materi yang berhubungan dengan penelitian, yakni metode *Lean UX*, konsep *User Interface*, *User Experience*, *Lean UX*, populasi dan sampel, MVP, *Heuristic Evaluation*, dan *A/B Testing*.

3.1.2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada 30 responden pengunjung *website* Michelle *Beauty Care* untuk mengetahui kekurangan yang ada pada *website* dengan bantuan Google Form. *Form* kuesioner evaluasi *website* Michelle *Beauty Care* dapat dilihat pada Lampiran 1. Selain itu wawancara akan menggunakan *in depth interview* kepada pemilik Klinik Michelle *Beauty Care*, tim digital Michelle *Beauty Care*, dan pengunjung Klinik Michelle *Beauty Care*. Daftar pertanyaan dan jawaban wawancara dapat dilihat pada Lampiran 4.

3.1.3. Asumsi

Tahap pendeklarasian asumsi berisi pernyataan berupa ide, pendapat dan solusi mengenai *website* Michelle *Beauty Care* yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada tim digital Michelle *Beauty Care*, dan dari responden.

3.1.4. Hipotesis

Penulisan hipotesis dilakukan sebagai bentuk pernyataan penelitian yang ingin dibuktikan yang akan dibuat selanjutnya data yang akan terkumpul melalui wawancara, dan analisis menggunakan metode *Lean UX*.

3.1.5. User Persona

Dalam pembuatan *user persona* terdapat beberapa informasi yang dibutuhkan, yakni informasi pengguna, kebutuhan, hambatan, dan keinginan pengguna dengan *website* yang coba ditangani dan solusi potensial untuk kebutuhan tersebut. Karakteristik pengguna yang akan menggunakan *website* adalah seseorang pria atau wanita berumur 20 – 40 tahun dan sedang melakukan perawatan untuk menjaga penampilannya sebagai pengunjung *website* dan karyawan sebagai admin *website* Michelle *Beauty Care*.

3.1.6. Daftar Fitur

Setelah membuat *user persona* tahap selanjutnya adalah menentukan fitur apa saja yang akan dibangun dengan menggunakan data yang telah didapatkan dari tahap analisis dan wawancara terhadap tim digital Michelle *Beauty Care* dan 30 responden. Fitur ini berisi layanan apa yang dapat diterapkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

3.2. Create an MVP

Pada tahap *create an MVP*, dilakukan proses membuat elemen dan prototipe berdasarkan hasil identifikasi dari tahapan sebelumnya. Proses dan luaran pada tahap *create An MVP* dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Proses dan Luaran Tahap *Create an MVP*

No.	Proses	Luaran
1	Membuat Desain	Logo, Skema Warna dan jenis <i>Font website</i>
2	Membuat <i>Sitemap</i>	<i>Desain Sitemap website</i>
3	Membuat <i>Wireframe</i>	<i>Desain Wireframe website</i>
4	Membuat Prototipe	<i>Prototipe website</i>

3.2.1. Desain Elemen Dasar Desain Visual *Website*

Pada tahap dilakukan proses mendesain elemen dasar desain visual *website* berupa logo identitas Michelle *Beauty Care*, skema warna, dan tipografi atau jenis *font*.

3.2.2. *Sitemap*

Proses pada tahap *sitemap* yakni membuat struktur dan alur dari *website* Michelle *Beauty Care* pada rancangan *prototype* yang akan dibangun pada tahap *wireframe*. Pembuatan *sitemap* dengan cara membuat bagan mengenai fitur yang ada pada *website* Michelle *Beauty Care* yang akan dibangun dan menghubungkannya satu sama lain hingga membentuk struktur *flow* pada *prototype*.

3.2.3. *Wireframe*

Proses pembuatan *wireframe*, yakni sketsa kasar yang menggambarkan sebuah *website* atau aplikasi. Pada tahap *wireframe* akan menggambarkan *layout* dengan warna hitam dan putih untuk menampilkan desain *user interface* yang lebih

jasas beserta rincian visual lainnya. *Wireframe* yang akan dibuat terdapat 2 versi, yakni *wireframe A* dan *wireframe B*.

3.2.4. *Prototype*

Dalam tahap ini akan dilakukan pembuatan *prototype* yang berisi fitur yang ada pada *website Michelle Beauty Care* menggunakan *Tools Figma*. *Prototype* yang akan dibuat terdapat 2 *prototype* yaitu *prototype A* dan *prototype B* yang akan diuji menggunakan *A/B Testing*.

3.3. *Run an Experiment*

Pada tahap *run an experiment*, dilakukan pengujian terhadap *prototype* yang telah dibuat kepada responden. Dalam tahap ini dilakukan proses *measure* / mengukur *prototype* sehingga hasil dari pengukuran tersebut dapat menghasilkan data yang akan diolah kembali pada tahap selanjutnya. Metode yang digunakan adalah *A/B Testing* untuk menguji dan mengukur *prototype* dengan cara responden mengamati *prototype A* dan *prototype B* untuk dapat mengetahui respon dan mempelajari desain *interface* terhadap *prototype* yang digunakan. Dalam melakukan *A/B Testing* menggunakan *Google Form* untuk membantu dalam menilai *prototype* yang diujikan. Proses dan luaran pada tahap *run an experiment* dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Proses dan Luaran Tahap *Run an Experiment*

No.	Proses	Luaran
1	Pengujian Prototipe	Hasil Pengujian Prototipe
2	Melakukan A/B Testing	Data A/B Testing

3.4. *Feedback and Research*

Pada tahap *feedback and research* dilakukan evaluasi prototipe berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya. Proses dan luaran pada tahap *feedback and research* dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Proses dan Luaran tahap *Feedback and Research*

No.	Process	Output
1	Mengolah Data hasil A/B Testing	Tabulasi Data Hasil <i>Testing</i>
2	Perbaikan Prototipe	Prototipe Final
3	Melakukan <i>Heuristic Evaluation</i>	Data Hasil <i>Testing</i> dan Kesesuaian Prototipe

3.4.1. Mengolah data hasil A/B Testing

Pada proses ini dilakukan perhitungan pada hasil A/B Testing dalam bentuk persentase pada setiap *prototype* yang akan di kelola menjadi informasi dalam bentuk yang mudah untuk dibaca dan dipelajari kembali. Hasil dari validasi dan kuesioner, ditabulasi kedalam tabel. Kemudian terdapat juga *feedback* yang diberikan *user* berupa kritik dan saran untuk membuat *prototype* menjadi lebih baik lagi.

3.4.2. Perbaiki *Prototype*

Pada tahap ini dilakukan proses mempelajari kembali hasil penentuan keputusan dari hasil A/B Testing dan dilanjutkan membuat *prototype final*, setelah itu memvalidasi apakah hipotesis dan komponen-komponen yang berpengaruh sudah sesuai.

3.4.3. *Run an Experiment Iterasi Kedua*

Pengujian *prototype* iterasi kedua dilakukan menggunakan metode *in-depth interview* kepada responden yang terpilih. *Prototype final* akan diuji menggunakan metode *Nielsen's Heuristic Evaluation* yang berisi 10 indikator penilaian yakni *Visibility of system*, *Match between system and the real world*, *User control and freedom*, *Consistency and standars*, *Error prevention*, *Recognition rather than recall*, *Flexibility and efficiency of use*, *Aesthetic and minimalist design*, *Help user recognize, diagnose, and recover from errors*, dan *Help and documentation*.

3.5. Tahap Akhir

Pada tahapan ini akan dilakukan proses menyusun laporan keseluruhan dari analisis dan perancangan UI/UX pada *website Michelle Beauty Care*. Hasil tahapan ini berupa dokumentasi UI/UX untuk *prototype* yang telah diukur dan disepakati oleh *owner*. Hasil dokumentasi UI/UX ini dapat digunakan menjadi acuan rekomendasi untuk implementasi perbaikan pada *website Michelle Beauty Care*.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

4.1. Tahap *Declare Assumption*

4.1.1. Melakukan Wawancara

Hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber menghasilkan beberapa hal seperti tujuan bisnis, permasalahan yang sedang dialami, *competitor* untuk usaha sejenis, serta fitur yang akan dibuat pada *website*. Tujuan bisnis yang dimiliki Klinik Michelle Beauty Care dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Tujuan Bisnis Klinik Michelle *Beauty Care*

No.	Tujuan Bisnis
1	Mewujudkan impian kulit sehat dan cantik konsumen klinik
2	Mengatasi permasalahan kulit yang dialami konsumen klinik
3	Meningkatkan standar kecantikan dan ketampanan konsumen klinik
4	Memantau kesehatan kulit wajah dalam jangka panjang
5	Memberikan treatment tertentu untuk meningkatkan kecantikan kulit konsumen klinik

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada tim digital Michelle *Beauty Care* dan pengunjung *website*, permasalahan yang terjadi pada *website* dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Wawancara

No	Narasumber	Permasalahan
1	Gheantoro Albudi (Tim Digital)	<ol style="list-style-type: none">Admin membutuhkan pengelolaan <i>website</i> Michelle Beauty Care.Dalam mengelola <i>website</i>, admin mengalami kesulitan untuk pengelolaan <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> karena pengelolaan back-end berantakan.Kurang maksimalnya informasi yang diberikan pada <i>website</i> serta tim memiliki kendala dalam merancang desain <i>website</i> yang diinginkan pengunjung, sehingga tim IT membuat <i>website</i> dengan informasi seadanya yang diberikan saat ini.Admin berharap kemudahan dalam pengelolaan isi <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i>.
2	Pengunjung <i>Website</i>	<ol style="list-style-type: none">Pengunjung membutuhkan informasi tentang klinik Michelle <i>Beauty Care</i>, produk dan layanan apa yang diberikan untuk merawat kecantikan.Pengunjung sulit mendapatkan kontak klinik kecantikan Michelle <i>Beauty Care</i>.Tampilan <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> terlalu banyak tulisan, dan tidak ada sekat / pemisah antar bagian yang ada sehingga informasi tidak dapat tersampaikan dengan baik .Pemilihan warna pada <i>website</i> didominasi putih, terkesan monoton dan tidak menarikPengunjung mengharapkan <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> dapat menampilkan berbagai macam informasi tentang

No	Narasumber	Permasalahan
		<p>6. Klinik, produk dan layanan yang disediakan dengan lengkap dan mudah dipahami.</p> <p>6. Pengunjung mengharapkan dapat menghubungi klinik Michelle <i>Beauty Care</i> melalui <i>website</i></p>

Analisis kompetitor pada Klinik Michelle *Beauty Care* dengan klinik kecantikan sejenisnya dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Analisis Kompetitor

Nama Kompetitor	Pelanggan	Analisis
Emdee <i>Skin Clinic</i> https://emdeeclinik.com/	wanita berumur 20 – 40 tahun dan sedang melakukan perawatan	1. <i>Booking</i> diarahkan melalui <i>whatsapp</i> 2. Proses <i>booking</i> tidak praktis dan melewati banyak halaman 3. Terdapat link yang diarahkan ke <i>online marketplace</i> produk Emdee 4. Ukuran <i>font</i> tidak konsisten 5. <i>Menu</i> yang ada pada <i>website</i> sedikit
Hayyu <i>Skin Clinic</i> https://hayyu.id/	wanita berumur 20 – 40 tahun dan sedang melakukan perawatan	1. <i>Navigation bar</i> pada <i>website</i> tenggelam ketika melakukan <i>scroll</i> ke bawah 2. Tulisan susah terbaca karena warna tulisan dan kombinasi warna pada <i>background</i> hampir sama 3. <i>Booking</i> diarahkan melalui <i>whatsapp</i> 4. <i>Font</i> dan penempatan bagian <i>website</i> tidak konsisten 5. Terdapat <i>menu news</i> dan <i>artikel</i>
Klinik Kecantikan Gloskin https://gloskin.id/	wanita berumur 20 – 40 tahun dan sedang melakukan perawatan	1. Terdapat fitur pembelian produk 2. Ukuran <i>font</i> tidak konsisten 3. Tidak ada kombinasi warna pada <i>website</i> 4. <i>Booking</i> diarahkan melalui <i>whatsapp</i> 5. <i>Menu website</i> sedikit

Berdasarkan hasil analisis kompetitor, didapatkan kesimpulan bahwa kompetitor memiliki beberapa kelemahan sebagai berikut:

1. Menu *website* yang sedikit
2. Ukuran *font* dan penempatan bagian *website* yang tidak konsisten
3. Kurangnya kombinasi warna pada *website*

Selain itu berdasarkan kuesioner dengan menggunakan metode *Nielsen's Heuristic Evaluation*, kepada 30 responden, hasil kuesioner pada tiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.4. Hasil Pengolahan Data Kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 3.

Tabel 4.4 Hasil Pengujian *Heuristic Evaluation*

No.	Indikator	Presentase Nilai
1	<i>Visibility of system status</i>	68%
2	<i>Match between system and the real world</i>	68,5%

No.	Indikator	Presentase Nilai
3	<i>User control and freedom</i>	68,6%
4	<i>Consistency and standars</i>	65,8%
5	<i>Error prevention</i>	66,6%
6	<i>Recognition rather than recall</i>	67,9%
7	<i>Flexibility and efficiency of use</i>	69,1%
8	<i>Aesthetic and minimalist design</i>	64%
9	<i>Help user recognize, diagnose, and recover from errors</i>	67,5%
10	<i>Help and documentation</i>	74,1%

Oleh karena itu *website* Michelle *Beauty Care* harus memiliki fitur yang menjadi keunggulan dari *website*. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis, penulis mengusulkan beberapa fitur yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Daftar Fitur yang Diusulkan

No.	Permasalahan	Fitur yang diusulkan
Pengunjung Website		
1	Pengunjung membutuhkan informasi tentang klinik Michelle Beauty Care, produk dan layanan apa yang diberikan untuk merawat kecantikan.	Menu Beranda Menu Produk dan Layanan Menu Tim Klinik Menu Testimoni Konsumen Menu Customer Service Klinik Menu <i>News and Article</i>
2	Pengunjung sulit mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle Beauty Care	Menu Kontak dan Alamat Klinik Menu Profil Klinik
3	Tampilan <i>website</i> Michelle Beauty Care terlalu banyak tulisan, dan tidak ada sekat / pemisah antar bagian yang ada sehingga informasi tidak dapat tersampaikan dengan baik	Pembuatan sekat / kotak antar tiap bagian yang bersangkutan
4	Pemilihan warna pada <i>website</i> didominasi putih, terkesan monoton dan tidak menarik	Pemilihan warna pada <i>website</i> Michelle Beauty Care
Admin Website		
1	Admin membutuhkan pengelolaan <i>website</i> Michelle Beauty Care	<i>Login & Dashboard</i> Admin Halaman Kelola Produk dan Layanan
2	Admin mengalami kesulitan untuk pengelolaan <i>website</i> Michelle Beauty Care karena back-end berantakan	Halaman Kelola Tim Klinik Halaman Kelola Testimoni Konsumen Halaman Kelola Kontak dan Alamat Halaman Kelola <i>Customer Service</i> Klinik
3	Kurang maksimalnya informasi yang diberikan pada <i>website</i> serta tim memiliki kendala dalam merancang desain <i>website</i> yang diinginkan pengunjung, sehingga tim IT membuat <i>website</i> dengan informasi seadanya yang diberikan saat ini	Halaman Kelola <i>News and Article</i> Halaman Kelola Profil Klinik Halaman Kelola Carousel

4.1.2. Mendeklarasikan Asumsi

Hasil yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan kepada pemilik Klinik, tim digital Michelle *Beauty Care*, dan dari responden klinik diubah menjadi daftar asumsi dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Daftar Asumsi

No.	Asumsi
1	Klinik Michelle <i>Beauty Care</i> mengembangkan <i>website company profile</i> perusahaan
2	<i>User interface & user experience website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> dapat ditingkatkan kembali agar sesuai dengan kebutuhan <i>user</i> untuk mengakses <i>website</i> dan mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle <i>Beauty Care</i> .
3	Konsumen memiliki pengetahuan untuk mengoperasikan <i>internet</i> dan <i>browser</i>
4	Analisis dan perancangan UI/UX <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> akan memperbaiki <i>user interface</i> dan <i>user experience</i> pada <i>website</i> dan dapat diterima konsumen berdasarkan pengujian <i>heuristic evaluation</i>

4.1.3. Menulis Hipotesis

Berdasarkan tahap asumsi, asumsi diubah menjadi pernyataan hipotesis “Dengan penerapan *user interface* dan *user experience* yang baik pada *website* Michelle *Beauty Care* akan memudahkan pengunjung dalam menggunakan *website*”.

4.1.4. Pembuatan *User Persona*

Karakteristik pengguna yang akan menggunakan *website* adalah seseorang wanita berumur 20 – 40 tahun dan sedang melakukan perawatan untuk menjaga penampilannya sebagai pengunjung *website* dan karyawan sebagai admin *website* Michelle *Beauty Care*. *User persona* pengunjung klinik dapat dilihat pada Gambar 4.1 dan *User persona admin website* Michelle *Beauty Care* dapat dilihat pada Gambar 4.2..



Gambar 4.1 *User Persona* pengunjung klinik Michelle Beauty Care



Gambar 4.2 *User Persona* admin website Michelle Beauty Care

4.1.5. Membuat Daftar Fitur

Berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah ditentukan dan fitur yang diusulkan pada hasil wawancara, fitur yang akan disusun terbagi menjadi 2, yakni *front-end* untuk pengunjung *website* dan *back-end* untuk *admin website*. Fitur *front-end* untuk konsumen agar mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan *website* dan *back-end* untuk mengelola isi di dalam *website*, yakni melakukan proses *create*, *update* dan *delete* data *website*. Fitur pada website dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Daftar Fitur

No	Fitur	Fungsi
Front-end (Pengunjung Website)		
1	Beranda	Beranda adalah halaman utama dari <i>Website Michelle Beauty Care</i> dimana pada halaman ini dapat diakses pengunjung dengan mudah dan berisi poin-poin penting tentang seluruh isi dari <i>website</i> . Beranda ini akan terdiri dari <i>carousel</i> promo yang ada pada klinik, informasi singkat profil klinik, produk dan layanan klinik, informasi testimoni konsumen, informasi tim klinik, informasi berita dan artikel, dan informasi kontak dan alamat klinik
2	Menu Produk dan Layanan	Menu produk dan layanan adalah halaman yang berisi berbagai macam produk dan layanan yang disediakan Klinik <i>Michelle Beauty Care</i> . Pada halaman ini akan memuat daftar produk dan layanan klinik, informasi detail dari produk dan layanan klinik, manfaat produk dan layanan klinik, dan biaya produk dan layanan klinik
3	Menu Tim Klinik	Menu tim klinik adalah halaman yang berisi informasi tim dokter kecantikan klinik yang tersedia dan melayani konsumen Klinik <i>Michelle Beauty Care</i>
4	Menu Testimoni Konsumen	Menu testimoni konsumen adalah halaman yang berisi beberapa <i>review</i> atau ulasan konsumen yang telah melakukan perawatan di Klinik <i>Michelle Beauty Care</i>
5	Menu Kontak dan Alamat Klinik	Menu kontak dan alamat klinik adalah halaman yang berisi informasi kontak, alamat yang bisa dilihat pengunjung apabila ingin menghubungi Klinik <i>Michelle Beauty Care</i>
6	Menu <i>Customer Service</i> Klinik	Menu <i>customer service</i> klinik adalah halaman yang berisi beberapa <i>Frequently Ask Question</i> (FAQ) yang sering ditanyakan pengunjung tentang Klinik <i>Michelle Beauty Care</i> . Pertanyaan tersebut akan dibuat pada halaman ini dan pengunjung dapat melihat pertanyaan-pertanyaan yang sering ditanyakan.
7	Menu <i>News and Article</i>	Menu <i>news and article</i> adalah halaman yang berisi berita dan artikel yang berkaitan dengan kecantikan dan klinik
8	Menu Profil Klinik	Menu Profil klinik adalah halaman yang berisi tentang profil, visi dan misi, sejarah dan keunggulan klinik <i>Michelle Beauty Care</i>
Back-end (Admin)		
1	Login & Dashboard Admin	Halaman login & dan dashboard admin berfungsi untuk Masuk pada <i>website admin</i> klinik dan beranda <i>admin</i>
2	Kelola Produk dan Layanan	Pada halaman kelola produk dan layanan <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus data produk dan layanan
3	Kelola Tim Klinik	Pada halaman kelola tim klinik <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus data tim klinik
4	Kelola Testimoni Konsumen	Pada halaman kelola testimoni konsumen klinik <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus data testimoni
5	Kelola Kontak dan Alamat	Pada halaman kelola testimoni konsumen klinik <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus kontak dan alamat klinik
6	Kelola <i>Customer Service</i> Klinik	Pada halaman kelola <i>customer service</i> klinik <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus FAQ
7	Kelola <i>News and Article</i>	Pada halaman kelola <i>news and article</i> <i>admin</i> dapat

No	Fitur	Fungsi
8	Kelola Profil Klinik	menambah, mengubah, dan menghapus berita dan artikel Pada halaman kelola profil klinik <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus profil klinik
9	Kelola <i>Carousel</i>	Pada halaman <i>carousel website</i> klinik <i>admin</i> dapat menambah, mengubah, dan menghapus <i>carousel website</i>

4.2. Tahap *Create a MVP*

4.2.1. Membuat Desain Elemen Dasar Desain Visual

Desain elemen dasar desain visual *website* pada *website* Klinik Michelle *Beauty Care* terdiri dari logo, tipografi, dan warna.

1. Logo

Identitas pada Klinik Michelle *Beauty Care* berupa tulisan klinik yakni “Michelle Beauty Care” dengan gambar kupu-kupu yang di sayapnya terdapat wajah pria dan wanita. Kupu-kupu diartikan membawa perubahan dari awalnya kepompong menjadi kupu-kupu yang indah, menjelaskan Klinik Michelle *Beauty Care* bisa membawa perubahan yang indah kepada konsumen. Sedangkan adanya wajah pria dan wanita di dalam sayap kupu-kupu menjelaskan bahwa Klinik Michelle *Beauty Care* dapat mengubah kecantikan dan ketampanan konsumen pria dan wanita. Selain itu kupu-kupu yang terbang mengartikan konsumen dapat percaya diri dan bebas setelah melakukan perawatan di Klinik. Logo Klinik Michelle *Beauty Care* dapat dilihat pada Gambar 4.3.



Gambar 4.3 Logo Klinik Michelle *Beauty Care*
Sumber : Klinik Michelle *Beauty Care*

2. Tipografi

Font yang digunakan pada *website* adalah “*Poppins*”. *Poppins* merupakan salah satu jenis *font sans-serif* geometris. *Font* ini dipilih karena *display font Poppins* terlihat menarik dan bisa terbaca dengan baik dan rapi di semua *device*.

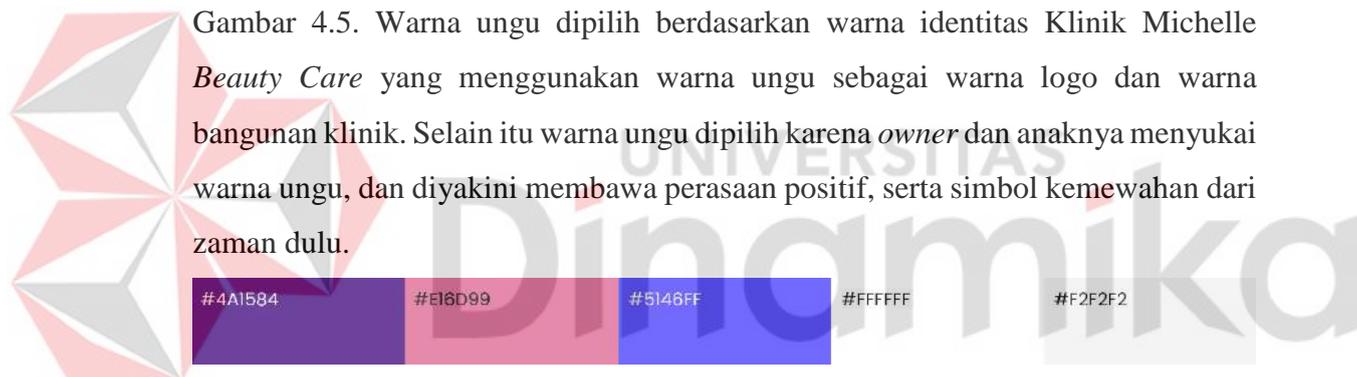
Font ini juga mudah terbaca dalam segala elemen, seperti ketika berada di *button*, *navigation* hingga *content*. *Style font Poppins* dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Tipografi font *Poppins*
Sumber : (Ayesha, 2022)

3. Warna

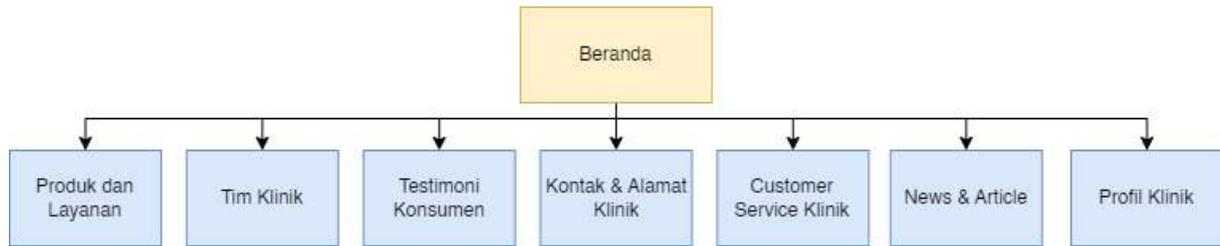
Warna yang digunakan pada *website Michelle Beauty Care* dapat dilihat pada Gambar 4.5. Warna ungu dipilih berdasarkan warna identitas Klinik Michelle *Beauty Care* yang menggunakan warna ungu sebagai warna logo dan warna bangunan klinik. Selain itu warna ungu dipilih karena *owner* dan anaknya menyukai warna ungu, dan diyakini membawa perasaan positif, serta simbol kemewahan dari zaman dulu.



Gambar 4.5 Skema Warna *Website*

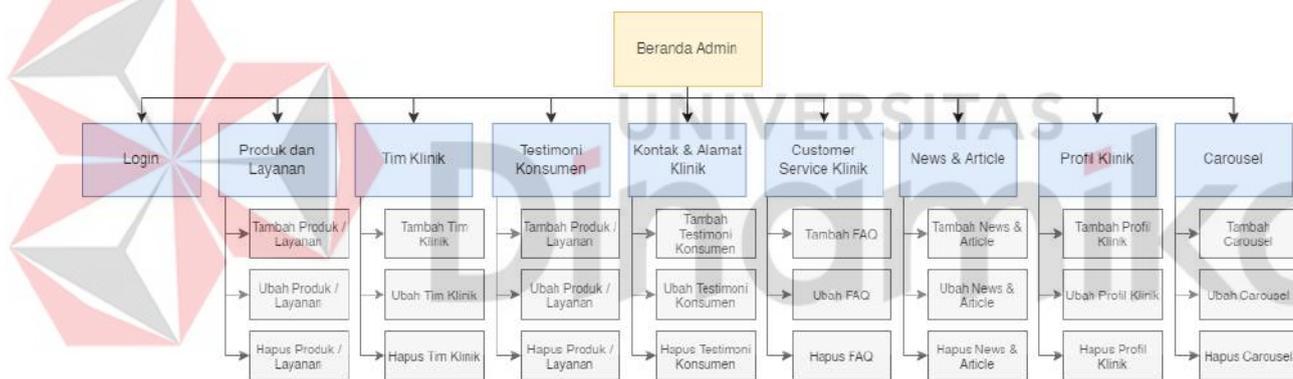
4.2.2. Membuat Sitemap

Sitemap user pengunjung *website* terdiri dari 8 halaman, yakni beranda, produk dan layanan, tim klinik, testimoni konsumen, kontak & alamat klinik, *customer service* klinik, *news & article*, dan profil klinik yang didapat dari daftar fitur *front-end* (pengunjung *website*) pada tahap sebelumnya. *Sitemap user* pengunjung *website* Michelle *Beauty Care* dapat dilihat pada Gambar 4.6.



Gambar 4.6 Sitemap User Pengunjung Website

Sitemap user admin website terdiri dari 9 halaman, yakni beranda admin, login, kelola produk dan layanan, kelola tim klinik, kelola testimoni konsumen, kelola kontak & alamat klinik, kelola customer service klinik, kelola news & article, dan kelola profil klinik yang didapat dari daftar fitur *back-end* (admin) pada tahap sebelumnya. Sitemap user admin website Michelle Beauty Care dapat dilihat pada Gambar 4.7.



Gambar 4.7 Sitemap User Admin Website

4.2.3. Membuat Wireframe

Wireframe yang dibuat untuk menyusun layout, navigasi dan organisir konten menggunakan aplikasi Balsamiq Mockup dibagi menjadi 2, yakni wireframe 2 versi untuk front-end pengunjung website dan wireframe 1 versi untuk back-end admin website Michelle Beauty Care. Website 2 versi dirancang untuk membantu dalam perancangan dan penilaian tampilan menggunakan metode *A/B Testing* sehingga dapat menghasilkan tampilan website Michelle Beauty Care yang sesuai dengan pilihan pengguna. Daftar wireframe website Michelle Beauty Care dapat dilihat pada Tabel 4.8.

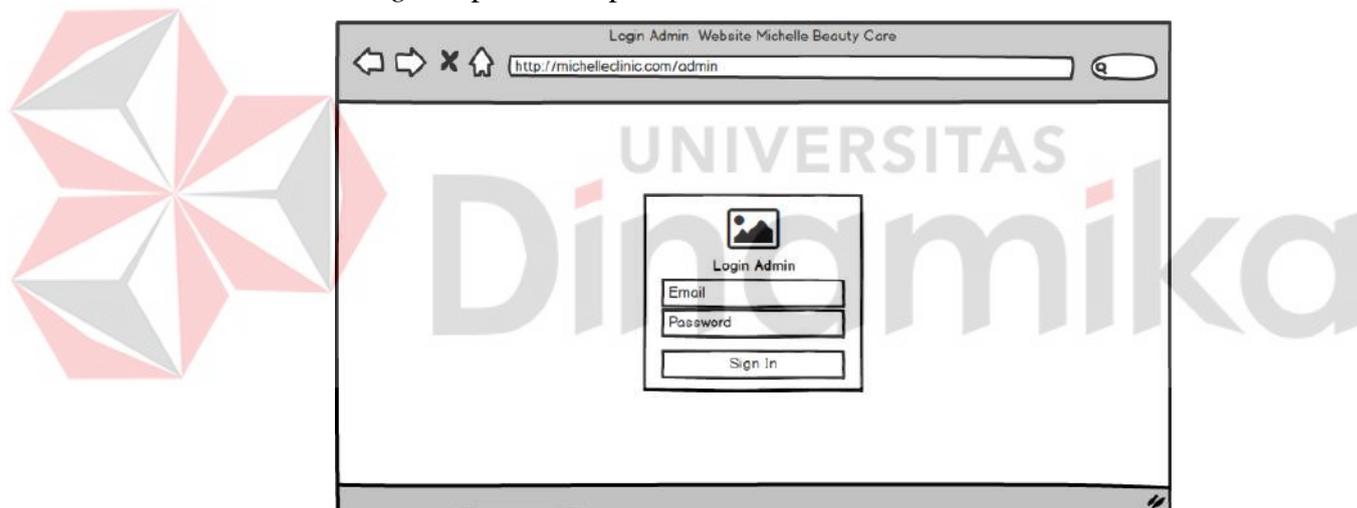
Tabel 4.8 Daftar Wireframe

No.	Wireframe 1 Versi (Admin Website)	Wireframe 2 Versi (Pengunjung Website)
1	Login & Dashboard Admin	Beranda
2	Kelola Produk dan Layanan	Menu Produk dan Layanan
3	Kelola Tim Klinik	Menu Tim Klinik
4	Kelola Testimoni Konsumen	Menu Testimoni Konsumen
5	Kelola Kontak dan Alamat	Menu Kontak dan Alamat Klinik
6	Kelola Customer Service Klinik	Menu Customer Service
7	Kelola News and Article	Menu News and Article
8	Kelola Profil Klinik	Menu Profil Klinik
9	Kelola Carousel Website	

1. Wireframe Admin Website

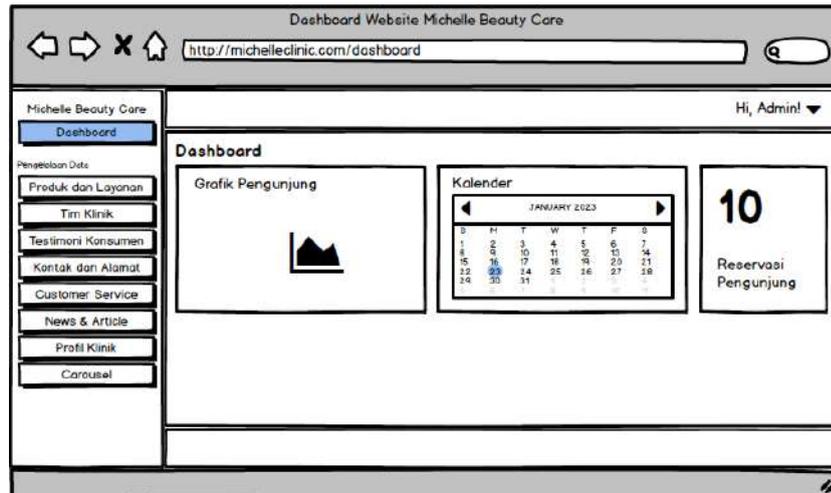
a. Wireframe Halaman Login & Dashboard Admin

Wireframe halaman *login* berisi *username* dan *password* yang akan diisi *admin* untuk masuk ke dalam *website admin Michelle Beauty Care*. Wireframe halaman *login* dapat dilihat pada Gambar 4.8.



Gambar 4.8 Wireframe Halaman Login

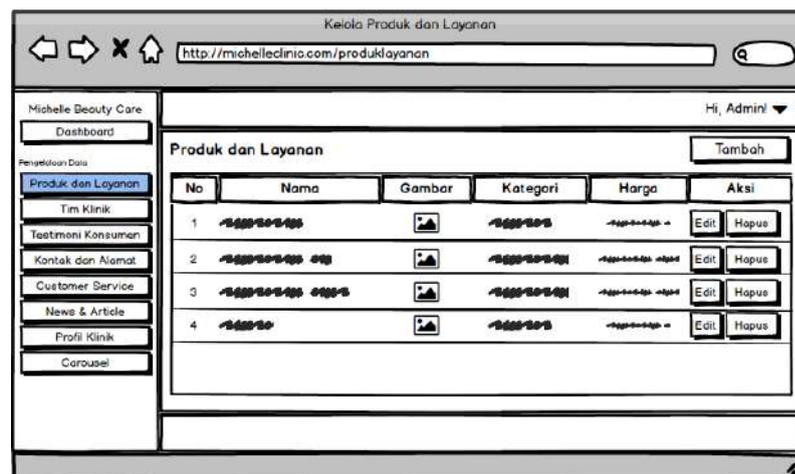
Wireframe halaman *dashboard admin* berisi beranda *admin website Michelle Beauty Care* dan terdapat grafik pengunjung untuk melihat jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, kalender untuk melihat kalender, dan informasi jumlah pengunjung yang telah melakukan reservasi pada *website*. Pada bagian kiri terdapat *navigation bar* tombol-tombol yang akan diarahkan ke halaman-halaman pengelolaan konten *website*. Wireframe halaman *dashboard admin* dapat dilihat pada Gambar 4.9.



Gambar 4.9 Wireframe Halaman Dashboard Admin

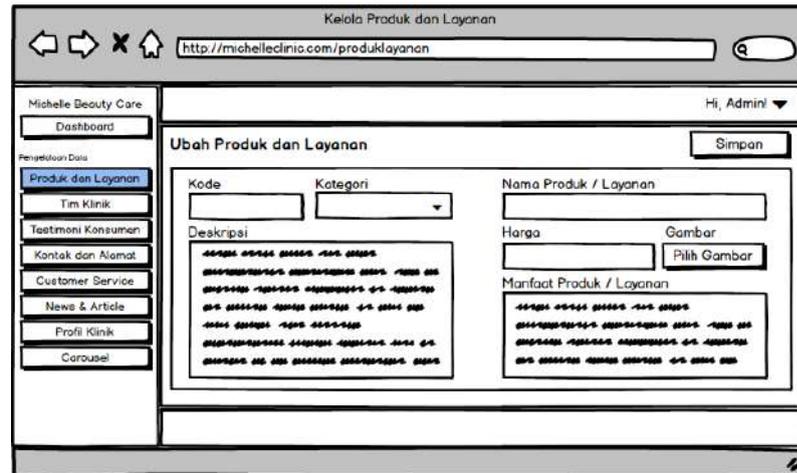
b. Wireframe Halaman Kelola Produk dan Layanan

Wireframe halaman kelola produk dan layanan berisi data produk dan layanan yang ada pada website Michelle Beauty Care. Pada halaman ini terdapat tabel yang berisi data produk dan layanan yang telah dibuat dan ditampilkan pada website Michelle Beauty Care. Selain itu terdapat tombol tambah, edit, dan hapus untuk melakukan proses tambah, ubah, dan hapus data produk dan layanan. Wireframe halaman kelola produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.10.



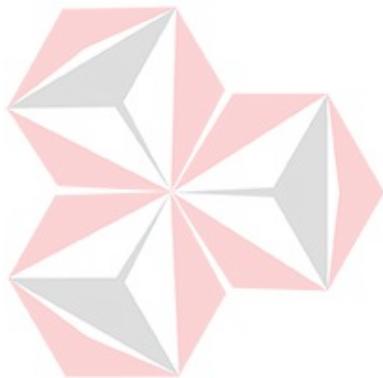
Gambar 4.10 Wireframe Halaman Kelola Produk dan Layanan

Pada halaman kelola produk dan layanan admin dapat menambah, mengubah, dan menghapus data produk dan layanan dan dapat dilihat pada Gambar 4.11.



Gambar 4.11 Wireframe Halaman CRUD Produk dan Layanan

Wireframe halaman *admin website Michelle Beauty Care* lainnya dapat dilihat pada Lampiran 5.

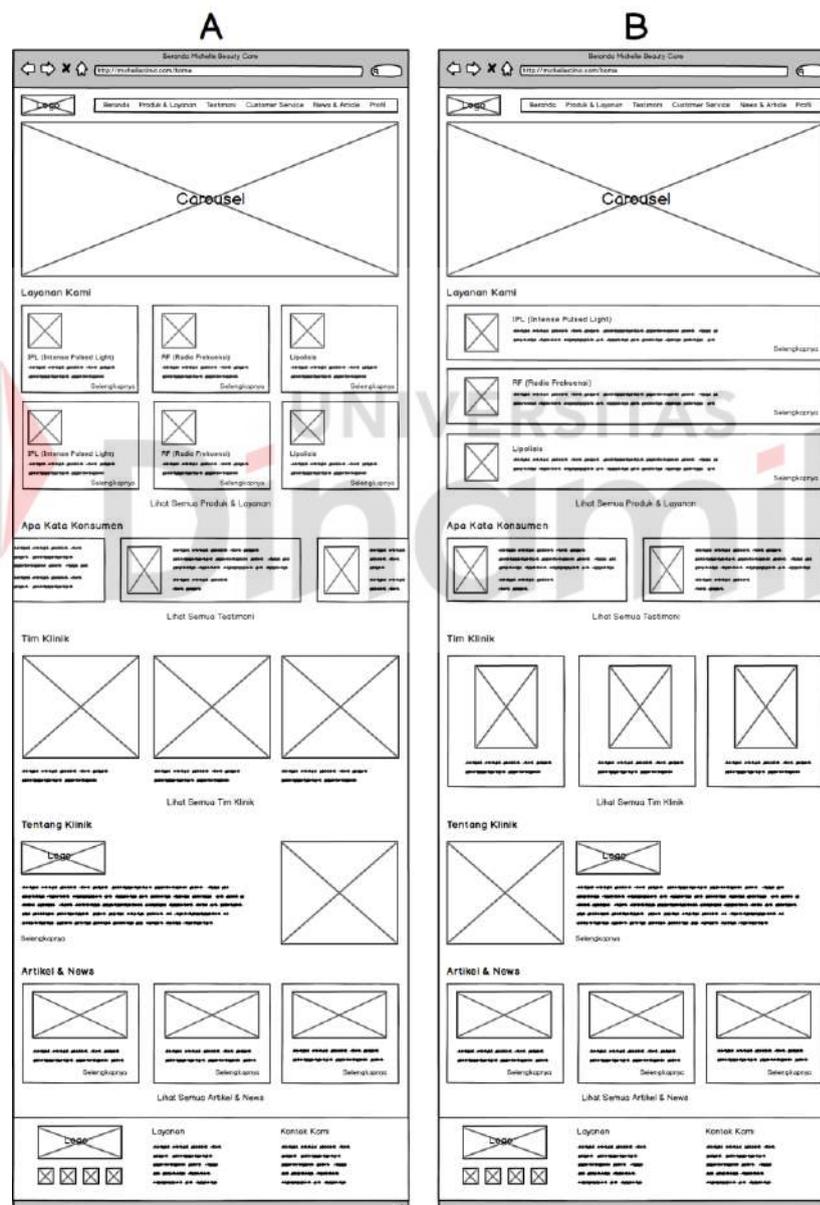


UNIVERSITAS
Dinamika

2. Wireframe Pengunjung Website

a. Wireframe Halaman Beranda

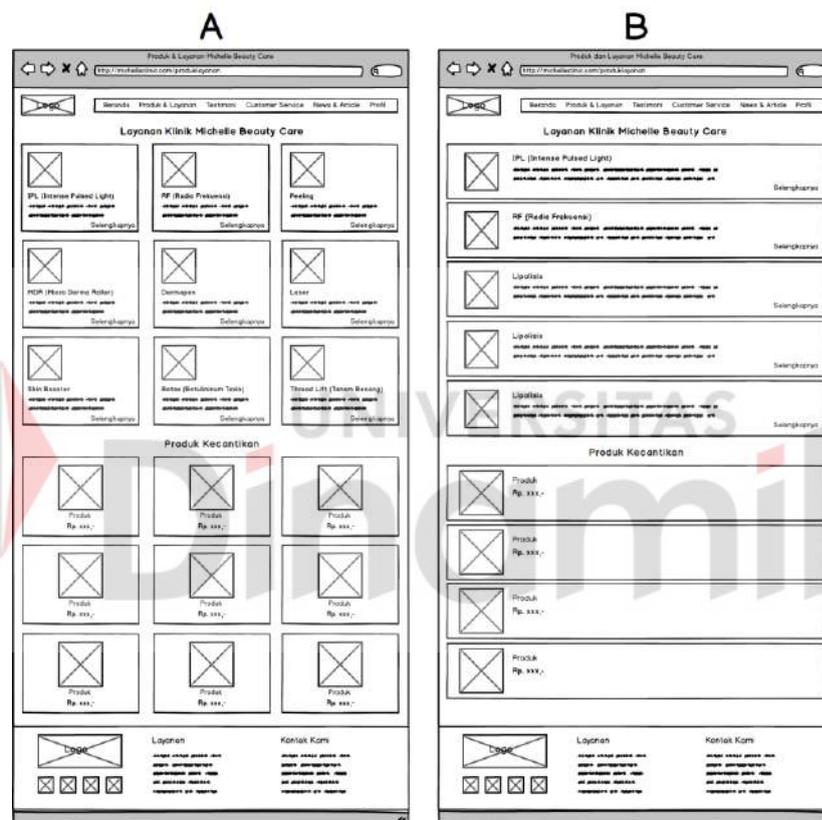
Wireframe halaman beranda terdapat dua bentuk *wireframe* yakni *wireframe A* dan *wireframe B*. Pada *wireframe* halaman beranda terdapat tiga area vertikal. Area pertama berisi *header* yang terdiri dari logo, dan *navigation* bar. Area kedua berisi isi dari *website*, dan area ketiga merupakan *footer* yang berisi *link* halaman, *link* media sosial dan info kontak Klinik Michelle Beauty Care. Wireframe halaman beranda dapat dilihat pada Gambar 4.12.



Gambar 4.12 Wireframe Halaman Beranda

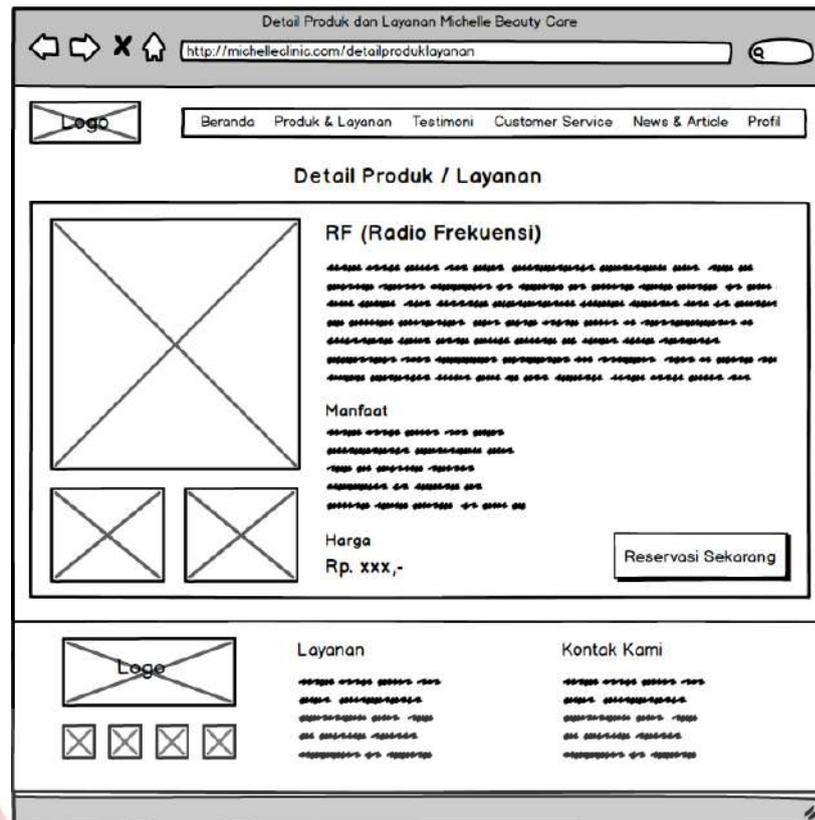
b. Wireframe Halaman Produk dan Layanan

Wireframe halaman produk dan layanan terdapat dua bentuk *wireframe* yakni *wireframe A* dan *Wireframe B*. Pada *wireframe* halaman produk dan layanan terdapat tiga area vertikal. Area pertama berisi *header* yang terdiri dari logo, dan *navigation* bar. Area kedua berisi produk dan layanan yang ada pada Klinik Michelle *Beauty Care*, dan area ketiga merupakan *footer* yang berisi *link* halaman, *link* media sosial dan info kontak Klinik Michelle *Beauty Care*. Wireframe halaman produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.13.



Gambar 4.13 Wireframe Halaman Produk dan Layanan

Ketika detail dari produk / layanan klinik ditekan akan muncul detail dari produk / layanan yang berisi informasi, manfaat, dan harga / biaya. Detail produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.14 Wireframe Detail Produk dan Layanan

Wireframe halaman pengunjung *website* Michelle Beauty Care lainnya dapat dilihat pada Lampiran 6.

4.2.4. Membuat *Prototype*

Prototype dibuat menggunakan aplikasi Figma dibagi menjadi 2, yakni *wireframe 2* versi untuk *front-end* pengunjung *website* dan *wireframe 1* versi untuk *back-end admin website* Michelle Beauty Care. Daftar *prototype website* Michelle Beauty Care dapat dilihat pada Tabel 4.9.

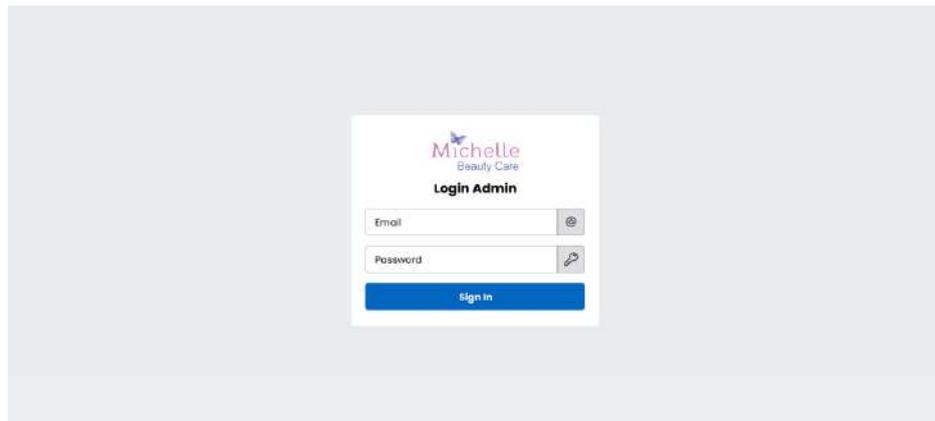
Tabel 4.9 Daftar *Prototype*

No.	<i>Prototype 1</i> Versi (Admin Website)	<i>Prototype 2</i> Versi (Pengunjung Website)
1	Login & Dashboard Admin	Beranda
2	Kelola Produk dan Layanan	Menu Produk dan Layanan
3	Kelola Tim Klinik	Menu Tim Klinik
4	Kelola Testimoni Konsumen	Menu Testimoni Konsumen
5	Kelola Kontak dan Alamat	Menu Kontak dan Alamat Klinik
6	Kelola <i>Customer Service</i> Klinik	Menu <i>Customer Service</i> Klinik
7	Kelola <i>News and Article</i>	Menu <i>News and Article</i>
8	Kelola Profil Klinik	Menu Profil Klinik
9	Kelola <i>Carousel Website</i>	

1. *Prototype Admin Website*

a. *Prototype Halaman Login & Dashboard Admin*

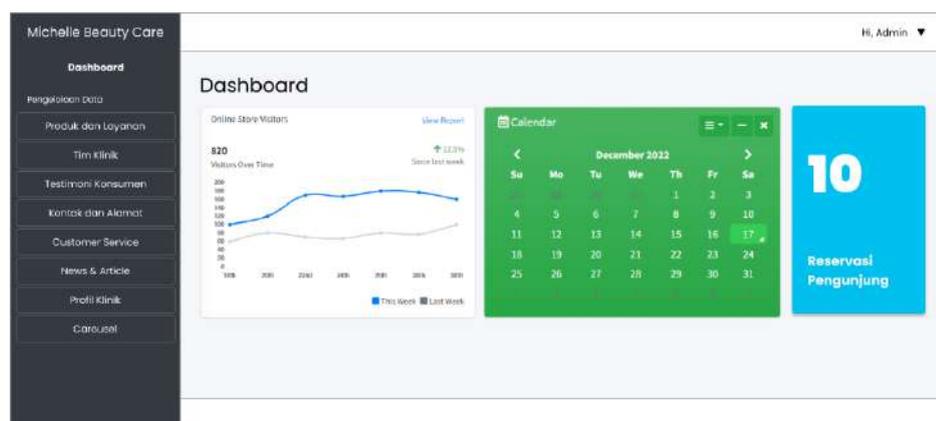
Prototype halaman *login* berisi *field* *username* dan *password* yang diisi *admin* untuk masuk ke dalam *website admin Michelle Beauty Care*. *Prototype* halaman *login* dapat dilihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 *Prototype* Halaman *Login*

Wireframe halaman *dashboard admin* berisi beranda *admin website Michelle Beauty Care* dan terdapat grafik pengunjung untuk melihat jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, kalender untuk melihat kalender dan informasi jumlah pengunjung yang telah melakukan reservasi pada *website*..

Prototype halaman *dashboard admin* dapat dilihat pada Gambar 4.16.



Gambar 4.16 *Prototype* Halaman *Dashboard*

b. *Prototype* Halaman Kelola Produk dan Layanan

Prototype halaman kelola produk dan layanan berisi data produk dan layanan yang ada pada *website* Michelle Beauty Care. *Prototype* halaman kelola produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.17.

No	Nama	Gambar	Kategori	Harga	Aksi
1	IPL (Intense Pulsed Light)		Layanan	100.000 - 1.350.000	Ubah Hapus
2	RF (Radio Frekuensi)		Layanan	200.000 - 1.300.000	Ubah Hapus
3	Upolisik		Layanan	220.000 - 1.200.000	Ubah Hapus
4	Sunscreen Essence		Produk	100.000	Ubah Hapus

Gambar 4.17 *Prototype* Halaman Kelola Produk dan Layanan

Pada halaman kelola produk dan layanan *admin* dapat menambah, mengubah, dan menghapus data produk dan layanan dan dapat dilihat pada Gambar 4.18.

Ubah Produk dan Layanan

Kode: 100.000 - 1.350.000 Kategori: 100.000 - 1.350.000 Nama Produk / Layanan: Peeling

Harga: 200.000 - 380.000 Gambar:

Deskripsi

Peeling adalah prosedur untuk mengangkat lapisan terluar kulit, agar lapisan tersebut dapat digantikan dengan lapisan kulit yang baru. Tujuannya adalah agar kulit menjadi tampak lebih halus, muda, dan cerah. Ada 5 macam peeling:

1. Peeling Badan (mulai dari 200.000)
2. Acne Peel (Rp 230.000)
3. Milk Peel (Rp 220.000)
4. White Peel (Rp 300.000)
5. Regeneration Peel (Rp 380.000)

Manfaat

1. mencerahkan kulit dengan mengangkat sel kulit mati;
2. merangsang regenerasi sel baru;
3. menyamarkan flek. Biasanya digunakan pada wajah yang memiliki banyak flek, kusam, dan berjerawat.

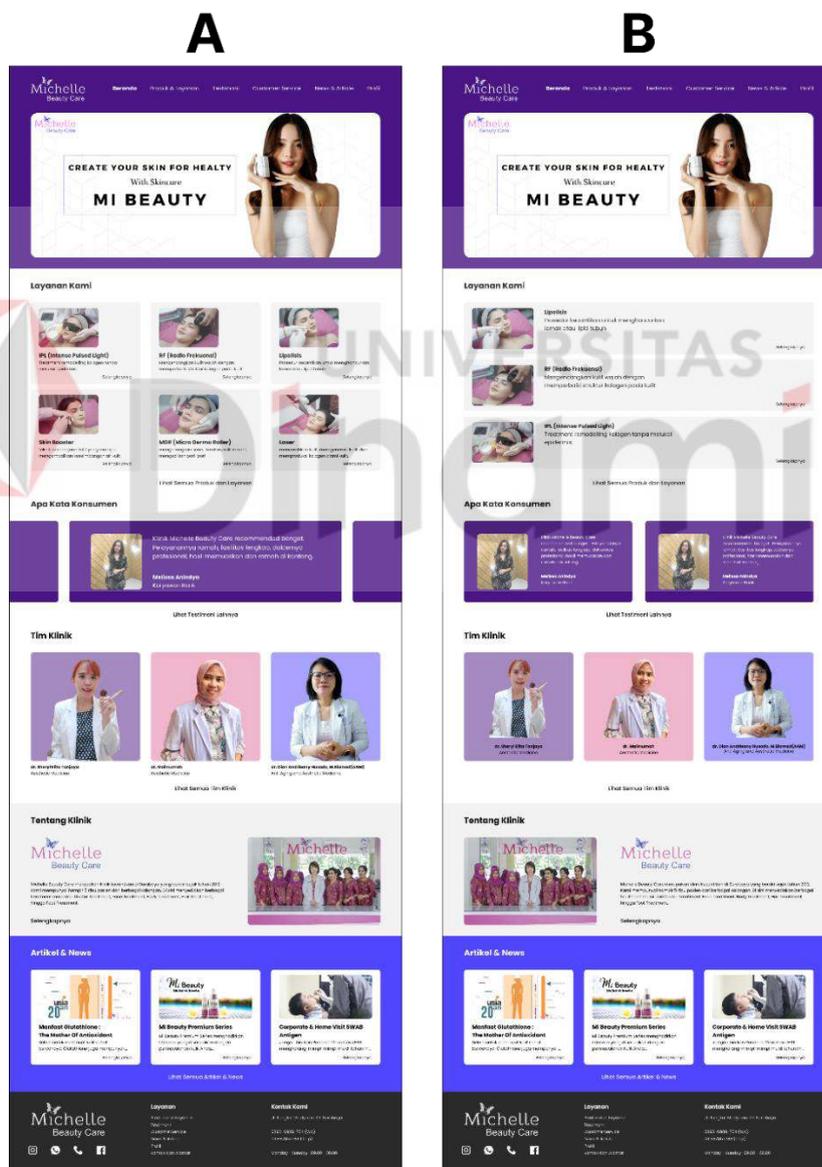
Gambar 4.18 *Prototype* Halaman Ubah Produk dan Layanan

Prototype halaman *admin website* Michelle Beauty Care lainnya dapat dilihat pada Lampiran 7.

2. *Prototype* Pengunjung Website

a. *Prototype* Halaman Beranda

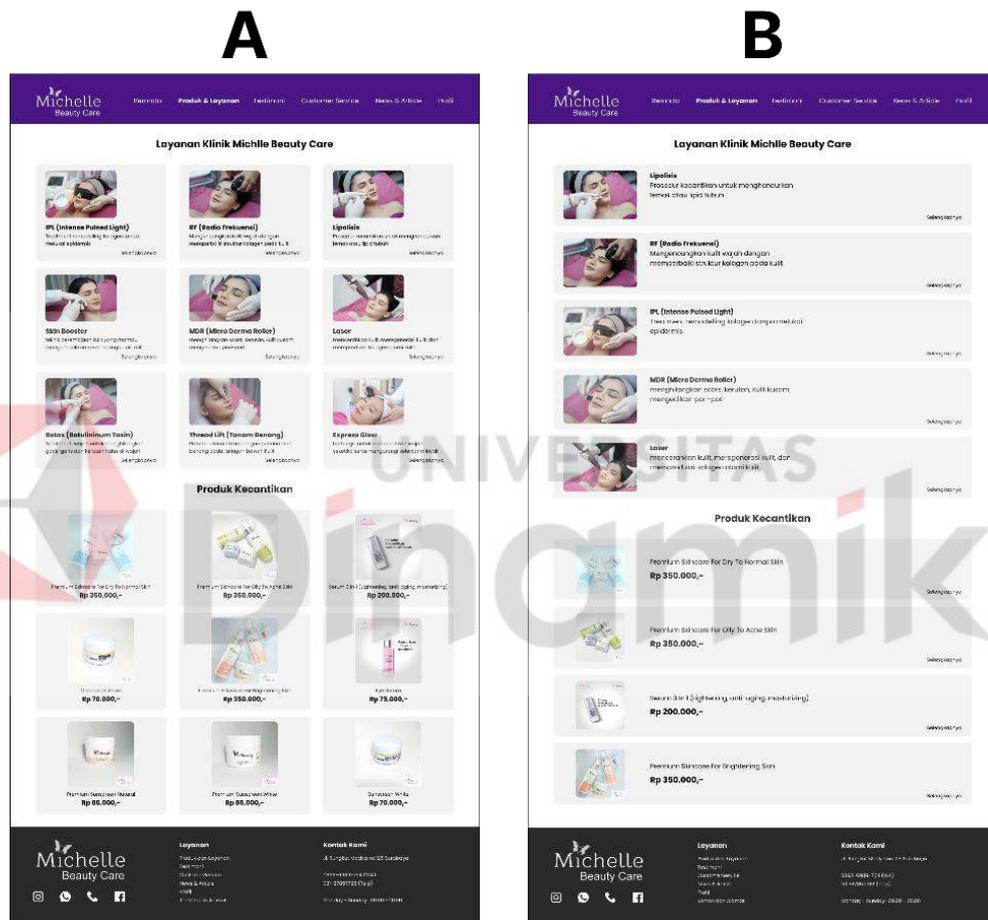
Prototype halaman beranda adalah halaman utama dari *Website* Michelle Beauty Care dimana pada halaman ini dapat diakses pengunjung dengan mudah dan berisi poin-poin penting tentang seluruh isi dari *website*. Beranda ini akan terdiri dari *carousel* promo yang ada pada klinik, informasi singkat profil klinik, produk dan layanan klinik, informasi testimoni konsumen, informasi tim klinik, informasi berita dan artikel, dan informasi kontak dan alamat klinik. *Prototype* Halaman Beranda dapat dilihat pada Gambar 4.19.



Gambar 4.19 *Prototype* Halaman Beranda

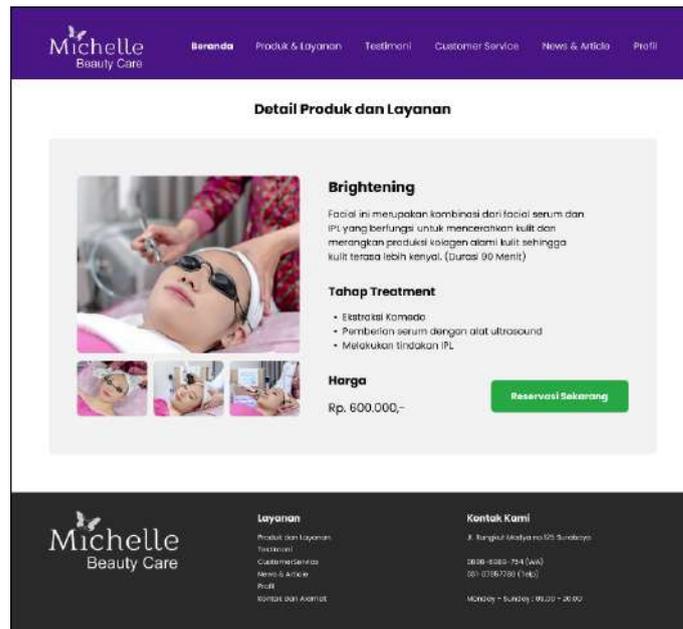
b. *Prototype* Halaman Produk dan Layanan

Prototype halaman produk dan layanan adalah halaman yang berisi berbagai macam produk dan layanan yang disediakan Klinik Michelle *Beauty Care*. Pada halaman ini akan memuat daftar produk dan layanan klinik, informasi detail dari produk dan layanan klinik, manfaat produk dan layanan klinik, dan biaya produk dan layanan klinik. *Prototype* halaman produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.20.



Gambar 4.20 *Prototype* Halaman Produk dan Layanan

Ketika detail dari produk / layanan klinik ditekan akan muncul detail dari produk / layanan yang berisi informasi, manfaat, dan harga / biaya. Detail produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 *Prototype* Halaman Detail Produk dan layanan

Prototype halaman pengunjung *website* Michelle Beauty Care lainnya dapat dilihat pada Lampiran 8.

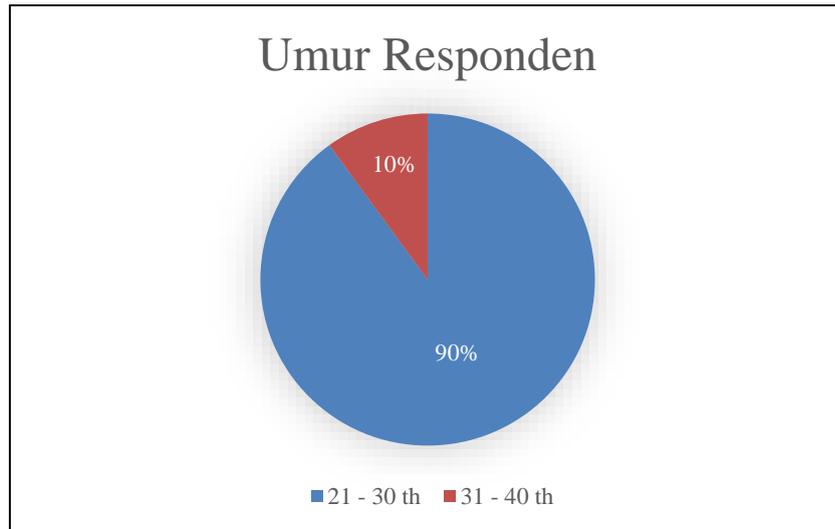
4.3. Tahap *Run an Experiment*

Tahap berikutnya adalah melakukan pengujian untuk mengetahui *prototype* manakah yang lebih baik dan mudah dipahami oleh *user*. Pengujian ini menggunakan metode *A/B Testing* dengan melakukan kuesioner kepada responden dalam bentuk *google form* untuk membantu menilai *user interface* dari *prototype* tersebut. *Form* pengujian *prototype* dapat dilihat pada Lampiran 9.

4.4. Tahap *Feedback and Research*

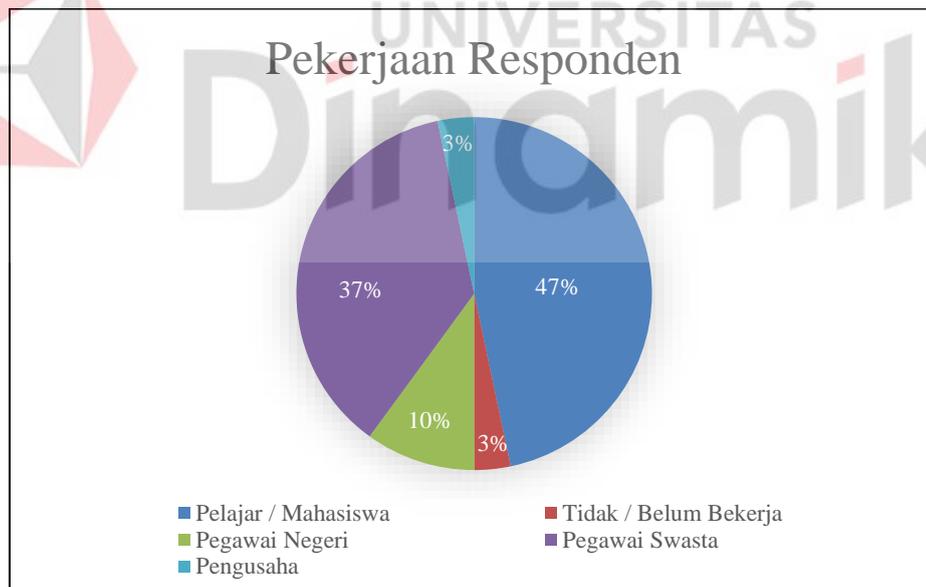
4.4.1. Melakukan Pengolahan Data

Berdasarkan hasil *run an experiment* didapatkan responden sebanyak 30 responden, karakteristik usia responden berada pada umur 21-30 tahun dengan persentase 90% dan umur 31-40 tahun dengan persentase 10%. Diagram umur responden dapat dilihat pada Gambar 4.22.



Gambar 4.22 Diagram Umur Responden

Persentase pekerjaan responden terdiri dari 46,7% pelajar / mahasiswa, 3,3% pengusaha, 36,7% pegawai swasta, 10% pegawai negeri dan 3,3% tidak / belum bekerja. Diagram pekerjaan responden dapat dilihat pada Gambar 4.23.



Gambar 4.23 Diagram Pekerjaan Responden

Hasil dari pengukuran menggunakan *A/B testing* ditabulasi ke dalam tabel yang dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Pengujian *A/B Testing*

No	Halaman	Desain A	Desain B	Terpilih
1	Halaman Beranda	83,3%	16,7%	A
2	Halaman Produk dan Layanan	83,3%	16,7%	A
3	Halaman Tim Klinik	10%	90%	B
4	Halaman Kontak dan Alamat Klinik	83,3%	16,7%	A
5	Halaman Customer Service	13,3%	86,7%	B
6	Halaman News & Article	33,3%	66,7%	B
7	Halaman Profil Klinik	30%	60%	B
8	Halaman Testimoni Konsumen	23,3%	76,7%	B

Selain itu terdapat kritik dan saran tampilan responden untuk menjadi bahan pertimbangan dalam membuat *prototype final* untuk membuat *prototype* lebih menarik dan mudah digunakan, yaitu:

1. Lebih divariasikan antara halaman 1 dengan yang lain
2. Pemilihan warna yang konsisten dan penurunan rasio warna
3. Layout yang lebih konsisten

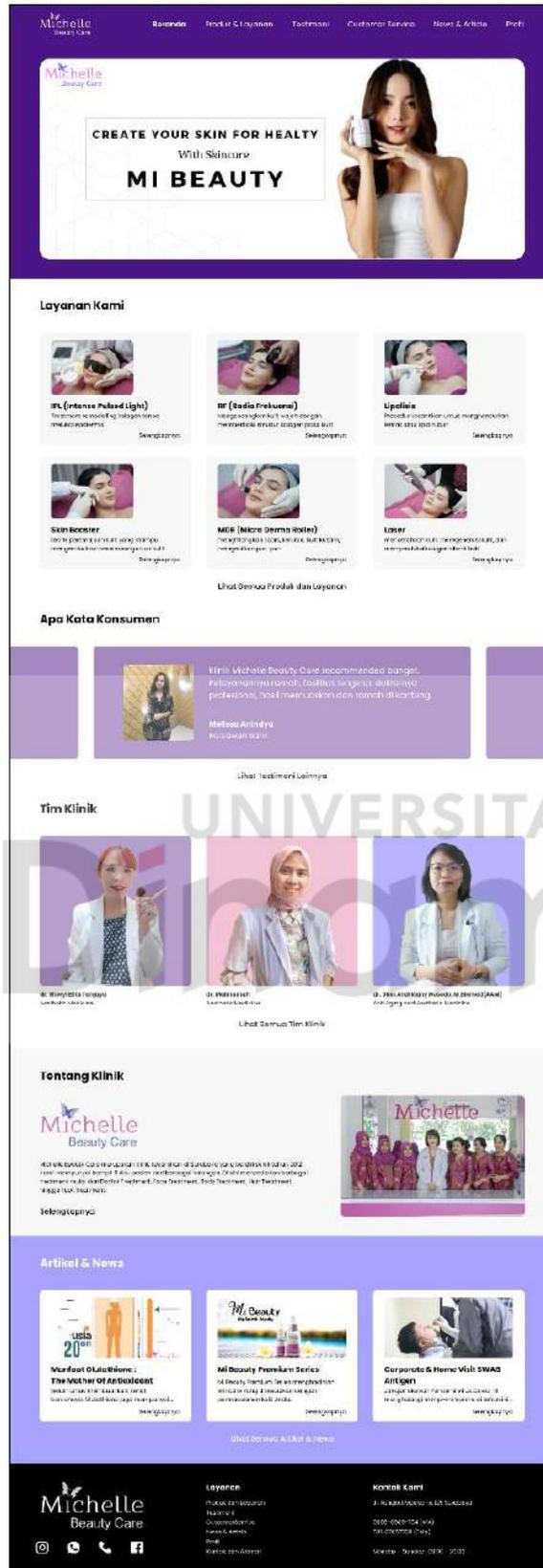
Data hasil kuesioner responden dapat dilihat pada Lampiran 10.

4.4.2. Melakukan Perbaikan *Prototype*

Dari hasil pemilihan *prototype* dari kritik atau saran yang ada pada pengujian *A/B Testing*, dibuat *prototype final* sesuai dengan desain terpilih dan perbaikan dari kritik dan saran dari responden. Berikut merupakan beberapa hasil *prototype final*.

1. *Prototype Final* Halaman Beranda

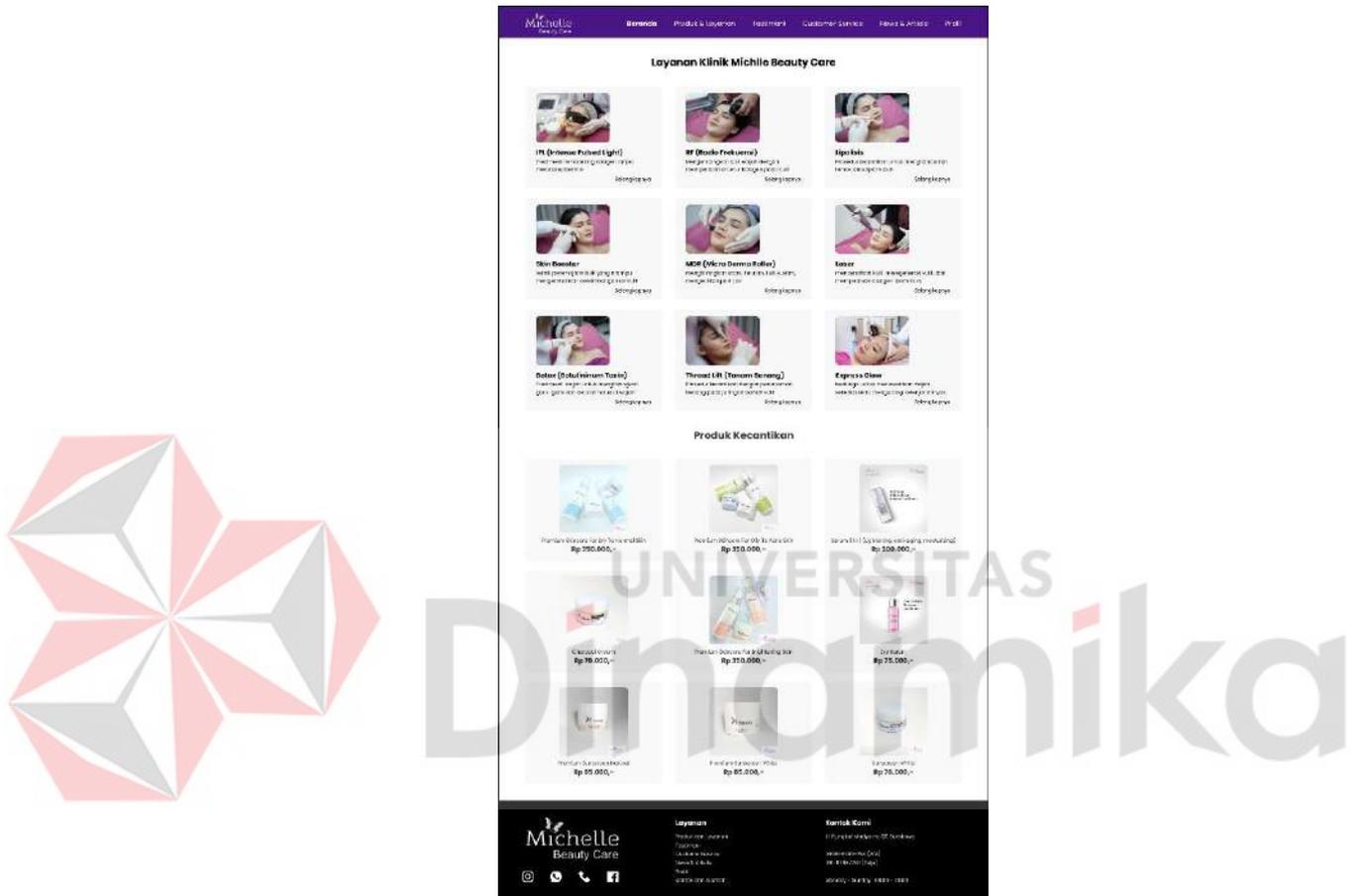
Prototype final halaman beranda merupakan hasil dari *A/B Testing* dengan beberapa perbaikan sesuai dengan kritik dan saran dari responden yang dapat dilihat pada Gambar 4.24.



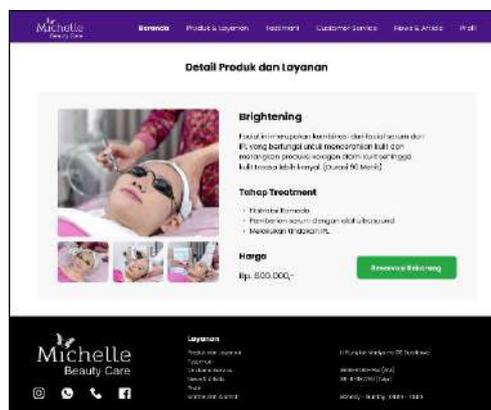
Gambar 4.24 *Prototype Final* Halaman Beranda

2. *Prototype Final* Halaman Produk dan Layanan

Prototype final halaman produk dan layanan merupakan hasil dari *A/B Testing* dengan beberapa perbaikan sesuai dengan kritik dan saran dari responden yang dapat dilihat pada Gambar 4.25 dan Detail produk dan layanan dapat dilihat pada Gambar 4.26.



Gambar 4.25 *Prototype Final* Halaman Produk dan Layanan



Gambar 4.26 *Prototype Final* Detail Produk dan Layanan

Prototype halaman pengunjung *website* Michelle Beauty Care lainnya dapat dilihat pada Lampiran 11.

4.4.3. Melakukan *Run an Experiment* Iterasi Kedua

Prototype final akan diuji menggunakan metode *Nielsen's Heuristic Evaluation*. Pengujian dilakukan dengan cara responden menjalankan *prototype final website* Michelle Beauty Care melalui *link* yang telah disediakan. Dalam melakukan pengujian menggunakan aplikasi Google Form untuk membantu menilai *prototype* tersebut berdasarkan indikator penilaian *Heuristic Evaluation*. *Form* pengujian *prototype final* dapat dilihat pada Lampiran 12.

Hasil pengujian *prototype final* kepada 30 responden, pada indikator menunjukkan hasil rata-rata indikator *Visibility of system status* sebesar 78,6%, indikator *Match between system and the real world* sebesar 80%, indikator *User control and freedom* sebesar 78,6%, indikator *Consistency and standars* sebesar 82%, indikator *Error prevention* sebesar 76,6%, indikator *Recognition rather than recall* sebesar 76,25%, indikator *Flexibility and efficiency of use* sebesar 80,2%, indikator *Aesthetic and minimalist design* sebesar 81,25%, indikator *Help user recognize, diagnose, and recover from errors* sebesar 77,9%, dan indikator *Help and documentation* sebesar 83%. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada Lampiran 13. Hasil dari masing-masing indikator 79,4% dan berada pada interval sangat baik di indeks 75 – 100% yang berarti *user interface & user experience website* Michelle Beauty Care sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan Michelle Beauty Care.

Implementasi 10 prinsip *heuristic evaluation* pada *prototype final website* Michelle Beauty Care dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Implementasi 10 Prinsip *Heuristic Evaluation*

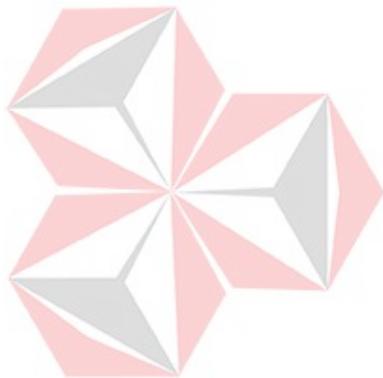
No	Prinsip	Implementasi
1	<i>Visibility of System Status</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap menu dan halaman memiliki judul yang sudah sesuai dengan isi halaman - Informasi yang ditampilkan pada setiap halaman sesuai kebutuhan informasi pengguna - Menu pada <i>website</i> Michelle Beauty Care mencakup semua kebutuhan informasi
2	<i>Match Between System and the Real World</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Nama pada menu <i>website</i> Michelle Beauty Care mudah dipahami oleh pengguna

No	Prinsip	Implementasi
		<ul style="list-style-type: none"> - Bahasa yang digunakan pada <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> mudah dimengerti - Istilah yang digunakan pada <i>website</i> mudah dimengerti - Symbol/ikon yang digunakan pada <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> mudah dimengerti fungsi dan tujuannya
3	<i>User Control and Freedom (navigation)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> memiliki <i>navigation bar</i> yang berisi tombol-tombol, berfungsi agar pengguna mudah menavigasi dan menuju ke halaman yang diinginkan - Terdapat berbagai jenis menu yang ditampilkan agar pengguna dapat mengeksplorasi berbagai informasi yang ada pada <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i>
4	<i>Consistency and Standar</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilan <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> pada setiap halaman memiliki bentuk dan isi yang sesuai - Judul pada menu ditampilkan dengan konsisten - Standar penulisan sudah diikuti secara konsisten pada tiap-tiap halaman <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> - Masing-masing <i>symbol/ikon</i> pada setiap halaman <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> sudah konsisten - Masing-masing skema desain pada setiap halaman <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> sudah konsisten
5	<i>Error Prevention</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> telah diuji agar tidak terjadi error saat digunakan pengunjung
6	<i>Recognition Rather than Recall</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan tampilan menu dan fungsi yang familiar dan mudah dipahami agar pengunjung dapat mengingat kembali dan mudah mengenali menu-menu dan tampilan halaman yang ada di <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i>
7	<i>Flexibility and Efficiency of Use</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menu dan informasi pada <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> dikelompokkan dengan baik pada <i>navigation bar</i> dan <i>footer</i> - Pengunjung dapat mengakses menu dan informasi <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> dengan cepat
8	<i>Aesthetic and Minimalist Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Semua informasi yang ditampilkan pada detail menu merupakan hal yang penting - Seluruh warna pada <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> sudah konsisten - Tata letak menu sudah dikenal (familiar) dan mudah diakses oleh pengguna - pemilihan <i>font type</i>, <i>font size</i> dan pemilihan warna pada <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i> sudah tepat
9	<i>Help User Recognize, Diagnose, and Recover from Errors</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengguna dapat mengetahui informasi apabila terjadi kesalahan dan kembali ke <i>website</i> Michelle <i>Beauty Care</i>
10	<i>Help and Documentation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya fitur / menu <i>customer service</i> untuk memberikan bantuan kepada konsumen apabila ada yang ingin ditanyakan kepada klinik Michelle <i>Beauty Care</i> seputar klinik

4.5. Tahap Akhir

4.5.1. Penyusunan Dokumen UI/UX *Website Michelle Beauty Care*

Berdasarkan tahapan yang sudah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan dokumen perencanaan UI/UX bagi *website Michelle Beauty Care*. Dokumen ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi *developer* untuk mengembangkan *website Michelle Beauty Care*.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V PENUTUP

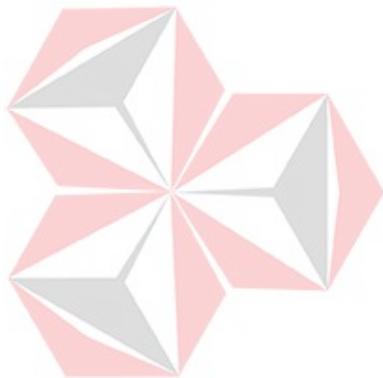
5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis dan perancangan UI/UX pada *website Michelle Beauty Care* menggunakan metode *Lean UX* menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis dan perancangan menghasilkan rancangan desain *prototype website Michelle Beauty Care* yang memiliki *user interface* dan *user experience* yang sesuai dengan kebutuhan *user* untuk mengakses *website* dan mendapatkan informasi tentang klinik kecantikan *Michelle Beauty Care* pada *website Michelle Beauty Care*.
2. *Prototype final* merupakan *prototype C* yang memiliki tampilan gabungan dari *prototype A* dan *prototype B*. *Prototype A* terpilih untuk 3 halaman yakni beranda, produk dan layanan, dan kontak & alamat klinik, dan *Prototype B* terpilih untuk 5 halaman yakni tim klinik, *customer service*, *news & article*, profil klinik, dan testimoni konsumen. Selain itu terdapat kritik dan saran tampilan responden untuk menjadi bahan pertimbangan dalam membuat *prototype final*.
3. Desain elemen dasar desain visual *website* yang diimplementasikan pada *prototype final website Klinik Michelle Beauty Care* terdiri dari logo, tipografi, dan warna. Identitas pada Klinik *Michelle Beauty Care* berupa tulisan klinik yakni “Michelle Beauty Care” dengan gambar kupu-kupu yang di sayapnya terdapat wajah pria dan wanita. Skema warna yang digunakan senada dan konsisten, yaitu warna ungu dengan kode #4A1584, pink dengan kode #E16D99, biru dengan kode #5146FF, putih dengan kode #FFFFFF, dan abu-abu dengan kode #F2F2F2 sebagai salah satu bentuk *branding* dalam aplikasi. *Font* yang digunakan pada *website* adalah adalah *Poppins*, yakni salah satu jenis *font sans-serif* geometris karena *display font Poppins* terlihat menarik dan bisa terbaca dengan baik dan rapi di semua *device*.

5.2. Saran

Saran yang diberikan pada hasil penelitian ini adalah *prototype* yang dihasilkan fokus pada *device desktop*. Sehingga kedepannya dapat dikembangkan lagi dengan membuat tampilan *prototype* dalam segala ukuran *device* seperti tablet dan smartphone, sehingga mampu menghasilkan *prototype* yang lebih baik lagi dan dapat digunakan didalam semua jenis *device*.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, P. (2020, April 23). *Mengenal User Interface: Pengertian, Kegunaan, dan Contohnya*. Diambil kembali dari Niagahoster Blog: https://www.niagahoster.co.id/blog/user-interface/#Pentingnya_UI_bagi_Sebuah_Produk
- Ayesha. (2022, January 30). *Font Poppins*. Dipetik November 15, 2022, dari Twitter: <https://twitter.com/mirai4k/status/1487766555853209600?>
- Faizin, A. A. (2022). *3 Elemen Dasar Desain Visual pada UI Design yang Wajib Diketahui*. Dipetik September 28, 2022, dari dicoding: <https://www.dicoding.com/blog/3-elemen-dasar-desain-visual-pada-ui-design-yang-wajib-diketahui/>
- Gallo, A. (2017). *A Refresher on A/B Testing*. Dipetik September 28, 2022, dari Harvard Business Review: <https://hbr.org/2017/06/a-refresher-on-ab-testing>
- Gothelf, J. (2013). *Lean UX : Applying lean principles to improve user experience*. O'Reilly Media, Inc.
- Hartono, H. (2014). *Pengertian Website dan Fungsinya*. Ilmu teknologi.
- Hendryadi, & Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi IIsam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- ISO 9241-210. (2009). *Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centered design for interactive (formerly known as 13407)*.
- Klein, L. (2013). *UX for Lean Startups*. United States of America: O'Reilly Media.
- Lastiansah, S. (2012). *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Marketo. (2015). *The Power Of A/B Testing*. San Mateo: Marketo.
- Moustakis, V. S. (2004). Website Quality Assessment Criteria. Chania: Proceedings of the Ninth International Conference on Information Quality.
- Nielsen, J. (1994). Enhancing the Explanatory Power of Usability Heuristics. *CHI*, 152-158.
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Patel, N. (2022). *A/B Testing: Definition, How it Works, Examples, & Tools*. Diambil kembali dari Neilpatel: <https://neilpatel.com/blog/ab-testing-introduction/>
- Quora. (2018). *What Is A Minimum Viable Product, And Why Do Companies Need Them?* Dipetik September 28, 2022, dari Forbes: <https://www.forbes.com/sites/quora/2018/02/27/what-is-a-minimum-viable-product-and-why-do-companies-need-them/>
- Rahmalia, N. (2021). *Lean UX, Konsep yang Mampu Tingkatkan Efektivitas Proses Desain*. Dipetik October 22, 2022, dari Glints: <https://glints.com/id/lowongan/lean-ux-adalah/#.Y1XZEnZBzIU>
- Rahman, A. (2021). *What is Lean UX Design Process and how to create MVP for startup products?* Dipetik September 28, 2022, dari Bootcamp Medium: <https://bootcamp.uxdesign.cc/lean-ux-design-process-how-to-create-mvp-for-startup-products-8949648c5291>
- Rahman, N., & Rajanen. (2019). *Early Phase of user Involvement to Validate the Minimum Viable Product : An Approach of Lean UX*. Finland: University of Oulu.
- Riadi, M. (2020, November 2). *Pengertian dan Jenis Skala Pengukuran dalam Penelitian*. Dipetik November 17, 2022, dari kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/pengertian-dan-jenis-skala-pengukuran.html>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. New York: Crown.
- Rozaq, B. K. (2020, October 4). *UX Development #4 : Memahami Lean UX*. Diambil kembali dari SEO Anak Sholeh: <https://seoanaksholeh.com/memahami-lean-ux/>
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.