



**PERANCANGAN *UI/UX* APLIKASI RESERVASI *CAFÉ*
BERBASIS *MOBILE* DENGAN PENERAPAN METODE *LEAN UX***



TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Sistem Informasi

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

FAJAR WIDYA SARI

16410100057

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERANCANGAN *UI/UX* APLIKASI RESERVASI *CAFÉ*
BERBASIS *MOBILE* DENGAN PENERAPAN METODE *LEAN UX***

TUGAS AKHIR

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



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Fajar Widya Sari
NIM : 16410100057
Program Studi : S1 Sistem Informasi

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

Tugas Akhir

PERANCANGAN *UI/UX* APLIKASI RESERVASI *CAFÉ* BERBASIS *MOBILE* DENGAN PENERAPAN METODE *LEAN UX*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Fajar Widya Sari

NIM: 16410100057

Telah diperiksa, dibahas dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 6 Maret 2024

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

I. A. B. Tjandrarini, S.Si., M.Kom.

NIDN: 0725127001

II. Sulistiowati, S.Si., M.M.

NIDN: 0719016801

Pembahas:

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

NIDN: 0731017601



Digitally signed
by Tri Sagirani
Date: 2024.03.07
09:23:19 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana

Dr. Anjik Sukrajati, S.Kom., M.Eng.

NIDN: 0731057301

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA



*“Lakukan hal-hal yang kau inginkan dengan bahagia, kau memilih hal itu karena kau suka, bukan untuk membebani diri. Awali dengan niat dan **basmath**, percaya pada **Allah SWT**, **Inshaa Allah** diberi kemudahan dan kelancaran”*

UNIVERSITAS
Dinamika

Surat Pernyataan
Persetujuan Publikasi dan Keaslian Karya Ilmiah

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Fajar Widya Sari
Nim : 16410100057
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **PERANCANGAN *UI/UX* APLIKASI RESERVASI *CAFÉ* BERBASIS *MOBILE* DENGAN PENERAPAN 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 Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, diahlimediakan 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 di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan, Kutipan karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat Tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Februari 2024
Yang Menyatakan



Fajar Widya Sari
NIM: 16410100057

ABSTRAK

Diantara tingginya persaingan antar usaha *Food & Beverage*, untuk dapat memenangkan persaingan maka sebuah usaha membutuhkan inovasi untuk membangun *brand identity* supaya nama *brand* usaha lebih cepat untuk dikenal masyarakat. Dalam hal ini langkah inovasi yang dapat diambil adalah membangun sebuah aplikasi *mobile* yang dapat digunakan oleh *customer*. Hasil *survey* penulis untuk mengetahui pengalaman *customer* saat berkunjung *café* didapatkan permasalahan yaitu, (1) 91,4% responden kesulitan memilih menu, (2) 65,7% responden belum pernah menggunakan aplikasi F&B, (3) 82,9% responden yang sudah menerima pesanan sulit menemukan tempat duduk yang kosong, (4) 65,7% responden memilih untuk pergi ke *café* lainnya saat melihat kondisi *café* ramai. Berdasarkan pemaparan di atas dibutuhkan sebuah aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile* untuk *customer* supaya dapat mengurangi kesulitan yang dihadapi *customer*. Dalam merancang sebuah aplikasi tentunya ada beberapa faktor pendukung yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah *User Interface* dan *User Experience (UI/UX)*. Oleh karena itu solusi yang diberikan adalah merancang *UI/UX* pada aplikasi *mobile* reservasi *café*. Perancangan *UI/UX* pada penelitian ini menggunakan metode *Lean UX*. *Lean UX* memiliki empat tahapan yaitu (1) *Declaring Assumptions*, (2) *Create an MVP*, (3) *Run an Experiments*, dan (4) *Feedback & Research*. Penelitian ini menggunakan dua kali pengujian. Pada iterasi pertama pengujian menggunakan *A/B Testing* untuk mengetahui desain yang disukai oleh responden. Pengujian pada iterasi kedua menguji *prototype C* menggunakan metode *usability testing* dengan memberikan tugas kepada responden untuk menjalankan *prototype* rancangan *UI/UX* aplikasi reservasi *café* dan setelahnya diminta untuk menjawab 14 pertanyaan sesuai lima aspek *usability testing*. Berdasarkan hasil pengujian *A/B Testing*, didapatkan 4 desain *prototype A* dan 8 desain *prototype B* yang terpilih untuk dilanjutkan ke *prototype C*. Pengujian iterasi 2 didapatkan hasil skor *usability testing* dengan menerapkan skala *likert 5* sebesar 3,94 yang menunjukkan rancangan *UI/UX* aplikasi reservasi *café* masuk dalam kategori baik.

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

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir serta menyusun Laporan Tugas Akhir dengan baik yang berjudul “Perancangan *UI/UX* Aplikasi Reservasi *Café* Berbasis *Mobile* Dengan Penerapan Metode *Lean UX*”. Laporan Tugas Akhir ini dikerjakan sebagai pemenuhan untuk menyelesaikan studi Strata 1 pada Universitas Dinamika. Dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini penulis mengakui masih banyak kekurangan sehingga dibutuhkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ayah, Ibu, beserta keluarga yang terus memberikan kasih sayang, dukungan dan doa tak terhingga.
2. Bapak Julianto Lemantara, S.Kom., M.Eng. selaku dosen wali sekaligus Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi Universitas Dinamika.
3. Ibu A. B. Tjandrarini, S.Si., M.Kom. dan Ibu Sulistiowati, S.Si., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta semangat selama proses pengerjaan dan penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Tri Sagirani, S.Kom., M.MT. selaku dosen pembahas yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses pengujian dan penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman di Universitas Dinamika yang tak henti memberikan semangat dan *support*.

Penulis menyadari masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis membutuhkan saran dan kritik untuk dapat mengembangkan diri. Penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak terkait.

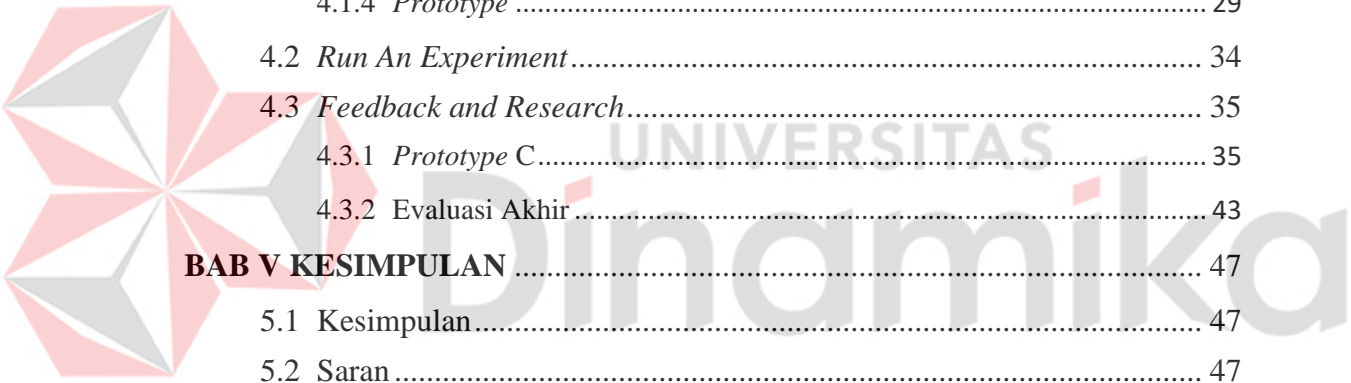
Surabaya, 29 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Bisnis	5
2.3 <i>Mobile Application</i>	6
2.4 <i>User Interface</i>	7
2.5 <i>User Experience</i>	7
2.6 <i>Lean UX</i>	8
2.7 <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)</i>	10
2.8 <i>Testing</i>	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Pengumpulan Data.....	16
3.1.1 Observasi	16
3.1.2 Wawancara	17
3.1.3 Kuesioner.....	18
3.2 <i>Declare Assumptions</i>	18
3.2.1 <i>Business Outcomes</i>	19
3.2.2 <i>Users</i>	19
3.2.3 <i>Users Outcomes</i>	19

3.2.4	<i>Features</i>	20
3.2.5	<i>Problem Statements</i>	20
3.2.6	<i>Declaring Hypotheses</i>	21
3.3	<i>Create an MVP</i>	21
3.3.1	Daftar MVP	21
3.4	<i>Run An Experiment</i>	22
3.5	<i>Feedback and Research</i>	23
3.6	Dokumen Laporan Tugas Akhir	23
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1	<i>Create An MVP</i>	24
4.1.1	<i>Business Process Model and Notation (BPMN)</i>	24
4.1.2	<i>User Flow</i>	25
4.1.3	<i>Wireframe</i>	26
4.1.4	<i>Prototype</i>	29
4.2	<i>Run An Experiment</i>	34
4.3	<i>Feedback and Research</i>	35
4.3.1	Prototype C.....	35
4.3.2	Evaluasi Akhir	43
BAB V	KESIMPULAN	47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.2 Perhitungan IFAS dan EFAS	12
Tabel 3.2 Perbandingan Fitur Aplikasi <i>Brand</i> Kompetitor	17
Tabel 3.3 Daftar Asumsi	18
Tabel 3.4 Daftar <i>Outcomes</i>	19
Tabel 3.5 Kriteria <i>Users</i>	19
Tabel 3.6 Daftar <i>User Need</i>	20
Tabel 3.7 <i>Problem Statement</i>	21
Tabel 3.8 Daftar Hipotesis	21
Tabel 3.9 Daftar MVP	22
Tabel 4.1 Warna Tombol	30
Tabel 4.2 Hasil <i>A/B Testing</i>	34
Tabel 4.3 Skenario Tugas Evaluasi	43
Tabel 4.4 Hasil Evaluasi Skenario Tugas	44
Tabel 4.5 Keterangan Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 4.6 Kategori Kriteria	45
Tabel 4.7 Hasil <i>Usability Testing</i>	45



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Proses Lean UX.....	9
Gambar 3. 1 Alur Metodologi Penelitian.....	15
Gambar 3. 2 Matriks SWOT	16
Gambar 3. 3 <i>User Persona</i>	19
Gambar 3. 4 <i>Bio User Persona</i>	20
Gambar 4. 1 BPMN Pemesanan Menu	24
Gambar 4. 2 BPMN Reservasi	25
Gambar 4. 3 BPMN <i>Order Tracking</i>	25
Gambar 4. 4 <i>User Flow</i> Pemesanan.....	26
Gambar 4. 5 <i>User Flow</i> Reservasi	26
Gambar 4. 6 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Home</i> dan <i>Dashboard</i> Desain A.....	27
Gambar 4. 7 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Home</i> dan <i>Dashboard</i> Desain B	27
Gambar 4. 8 <i>Wireframe</i> Halaman Menu Desain A.....	27
Gambar 4. 9 <i>Wireframe</i> Halaman Menu Desain B	27
Gambar 4. 10 <i>Wireframe</i> Halaman Riwayat Pemesanan Desain A.....	28
Gambar 4. 11 <i>Wireframe</i> Halaman Riwayat Pemesanan Desain B	28
Gambar 4. 12 <i>Wireframe</i> Halaman Reservasi Desain A.....	28
Gambar 4. 13 <i>Wireframe</i> Halaman Reservasi Desain B.....	28
Gambar 4. 14 <i>Wireframe</i> Halaman Keranjang Reservasi Desain A	28
Gambar 4. 15 <i>Wireframe</i> Halaman Keranjang Reservasi Desain A	28
Gambar 4. 16 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Check Out</i> Reservasi Desain A.....	29
Gambar 4. 17 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Check Out</i> Reservasi Desain B	29
Gambar 4. 18 <i>Wireframe</i> Halaman Riwayat Reservasi Desain A	29
Gambar 4. 19 <i>Wireframe</i> Halaman Riwayat Reservasi Desain B.....	29
Gambar 4. 20 Panduan Warna Aplikasi Reservasi <i>Cafe</i>	30
Gambar 4. 21 <i>Prototype Home</i> dan <i>Dashoard</i> Desain A.....	31
Gambar 4. 22 <i>Prototype Home</i> dan <i>Dashoard</i> Desain A.....	31
Gambar 4. 23 <i>Prototype</i> Menu Desain A.....	31
Gambar 4. 24 <i>Prototype</i> Menu Desain B	31
Gambar 4. 25 <i>Prototype</i> Halaman Keranjang Desain A.....	32
Gambar 4. 26 <i>Prototype</i> Halaman Keranjang Desain B	32
Gambar 4. 27 <i>Prototype</i> Halaman <i>Check Out</i> Desain A.....	32
Gambar 4. 28 <i>Prototype</i> Halaman <i>Check Out</i> Desain B.....	32
Gambar 4. 29 <i>Prototype</i> Halaman Riwayat Pemesanan Desain A	32
Gambar 4. 30 <i>Prototype</i> Halaman Riwayat Pemesanan Desain B.....	32
Gambar 4. 31 <i>Prototype</i> Halaman Reservasi Desain A	33
Gambar 4. 32 <i>Prototype</i> Halaman Reservasi Desain B	33
Gambar 4. 33 <i>Prototype</i> Halaman Keranjang Reservasi Desain A	33
Gambar 4. 34 <i>Prototype</i> Halaman Keranjang Reservasi Desain B.....	33
Gambar 4. 35 <i>Prototype</i> Halaman <i>Check Out</i> Reservasi <i>Desain A</i>	33
Gambar 4. 36 <i>Prototype</i> Halaman <i>Check Out</i> Reservasi <i>Desain B</i>	33

Gambar 4. 37 <i>Prototype</i> Halaman Riwayat Reservasi Desain A.....	34
Gambar 4. 38 <i>Prototype</i> Halaman Riwayat Reservasi Desain B	34
Gambar 4. 39 <i>Prototype</i> C Halaman Profil <i>Customer</i>	35
Gambar 4. 40 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Home</i> dan <i>Dashboard</i>	36
Gambar 4. 41 <i>Prototype</i> C Halaman Menu.....	36
Gambar 4. 42 <i>Prototype</i> C Halaman Keranjang	37
Gambar 4. 43 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Check Out Order</i>	37
Gambar 4. 44 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Order Tracking</i>	38
Gambar 4. 45 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Payment</i>	39
Gambar 4. 46 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Store</i>	39
Gambar 4. 47 <i>Prototype</i> C Halaman Reservasi	40
Gambar 4. 48 <i>Prototype</i> C Halaman Keranjang Reservasi.....	41
Gambar 4. 49 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Check Out</i> Reservasi	41
Gambar 4. 50 <i>Prototype</i> C Halaman Riwayat Reservasi	42
Gambar 4. 51 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Vouchers</i>	42
Gambar 4. 52 <i>Prototype</i> C Halaman <i>Rewards</i>	43



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Observasi	51
Lampiran 2 Kuesioner.....	52
Lampiran 3 Wawancara	55
Lampiran 4 BPMN.....	59
Lampiran 5 <i>Wireframe</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i>	61
Lampiran 6 <i>Prototype</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i>	68
Lampiran 7 <i>Prototype C</i>	76



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan mendapat prioritas pengembangan yang dipacu untuk menerapkan industri 4.0 (Kemenperin, 2021). Potensi industri makanan dan minuman di Indonesia bisa menjadi *champion*, karena *supply* dan *user*-nya banyak. Untuk itu, salah satu kunci daya saingnya di sektor ini adalah *food innovation and security* (Airlangga, 2019). Menurut survei dari Badan Pusat Statistik pada bulan April hingga Mei 2021 terdapat 11.223 usaha kuliner di Indonesia (Marhaeni, dkk, 2022).

Bisnis kuliner di Surabaya nyatanya menunjukkan tren yang cukup menjanjikan. Menurut Wakil Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur, Ferry Setiawan menyampaikan bahwa kinerja penjualan bisnis *Food & Beverage* (F&B) mengalami pertumbuhan, hal ini sejalan dengan jumlah investor baru pada bidang F&B yang mengalami pertumbuhan sebesar 30% hingga bulan Agustus 2020 (Widarti, 2022).

Berdasarkan uraian di atas agar dapat memenangkan persaingan, maka sebuah usaha membutuhkan inovasi untuk membangun *brand identity* supaya nama *brand* usaha lebih cepat untuk dikenal masyarakat. Dalam hal ini langkah yang dapat diambil adalah membangun sebuah aplikasi *mobile* yang dapat digunakan oleh *customer*. Aplikasi sejenis sudah digunakan oleh sejumlah *brand* ternama seperti *McDonald's*, *Burger King*, *Starbucks*, *FORE*, *Chatime* dan beberapa *brand* lainnya. Berdasarkan hasil observasi penulis, aplikasi *mobile* dari sejumlah *brand* di atas memiliki fitur-fitur yang masih belum mencakup kebutuhan dari *customer*. Hasil observasi penulis dengan melakukan perbandingan dengan aplikasi sejenis menunjukkan bahwa aplikasi *mobile* yang akan dirancang berada pada kuadran 1 dari *grand strategi* SWOT yang masuk ke dalam fase *growth*.

Hasil *survey* penulis dengan penyebaran kuesioner dari 47 responden yang berpartisipasi untuk mengetahui pengalaman *customer* saat berkunjung *café*

didapatkan permasalahan yaitu, pertama 91,4% responden kesulitan memilih menu dengan berbagai alasan antara lain belum familiar dengan menu yang ditawarkan serta kurangnya penjelasan menu. Permasalahan kedua 65,7% responden belum pernah menggunakan aplikasi F&B. Permasalahan ketiga 82,9% responden yang sudah menerima pesanan sulit menemukan tempat duduk yang kosong. Permasalahan keempat 65,7% responden memilih untuk pergi ke *café* lainnya saat melihat kondisi *café* ramai. Dengan *customer* yang pergi memilih *café* lain tentu cukup merugikan bagi sebuah usaha dan menyebabkan penurunan penjualan dikarenakan *customer service* yang kurang baik.

Berdasarkan pemaparan di atas solusi dari penulis adalah membangun sebuah aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile* untuk *customer* yang dapat mengurangi kesulitan yang dihadapi *customer*. Dalam merancang sebuah aplikasi tentunya ada beberapa faktor pendukung yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah *User Interface* dan *User Experience (UI/UX)*. Penelitian ini akan berfokus pada perancangan *UI/UX* aplikasi *mobile* reservasi *café*.

Dalam perancangan *UI/UX* yang dikembangkan oleh penulis, memiliki fitur bahwa *customer* dapat melihat kondisi *café* secara *realtime* sekaligus dapat melakukan reservasi tempat. Diharapkan sebelum berangkat menuju *café*, *customer* dapat mengecek kondisi *café* melalui aplikasi. Jika *café* yang akan didatangi terdapat meja kosong, *customer* dapat melakukan *booking* tempat duduk yang diinginkan. Sebaliknya jika kondisi *café* penuh, *customer* dapat memilih cabang lain atau *customer* diharapkan bersedia untuk mengantri pada *café* yang diinginkan jika tidak ingin ke cabang lain. Selain untuk reservasi tempat, *customer* dapat melihat menu apa saja yang disajikan. *Customer* dapat melakukan pemesanan dengan memilih metode *pick up* atau *delivery*, selanjutnya *customer* akan melakukan pembayaran melalui aplikasi dengan beberapa pilihan pembayaran *e-wallet*. Setelah melakukan pembayaran, *customer* dapat *tracking* pesanan dan hanya perlu untuk menunggu pesanan siap disajikan. Setelah melakukan proses pemesanan dan pembayaran, *customer* akan mendapatkan poin *reward*. *Customer* dapat melihat promo penawaran atau *voucher* yang sedang ditawarkan dan dapat digunakan saat melakukan transaksi. Perancangan *UI/UX* aplikasi reservasi *café* ini dilengkapi dengan penerapan proses bisnis “*on app*”, yaitu *customer* terlebih dahulu

mengunduh aplikasi kemudian membuat akun atau *login*. Setelah itu *customer* dapat melakukan transaksi melalui aplikasi. Transaksi atau pemesanan melalui aplikasi dapat dilakukan baik untuk *delivery* maupun *pick up*. Jika *customer* memilih untuk *delivery* maka pihak *cafe* akan mengirimkan pesanan melalui *delivery app* dari layanan *delivery partner*. Jika *customer* memilih untuk *pick-up* maka *customer* harus datang ke *cafe* untuk mengambil pesanan. Transaksi jenis *pick up* dapat digunakan untuk *take-away* ataupun *dine-in*. Untuk pemesanan *dine-in*, *customer* dapat terlebih dahulu melakukan reservasi jika ingin memastikan untuk mendapatkan tempat duduk. Perancangan aplikasi ini bertujuan untuk membangun *brand identity cafe* sehingga dapat memberikan identitas *café* dengan jelas kepada target *customer* dan masyarakat umum mengenai keberadaan *cafe* sehingga mampu menjadi *brand* yang dapat dipercaya serta mudah diingat. Tujuan lainnya yaitu untuk meningkatkan *customer service* dengan memberikan *member privilege* seperti *gift* ulang tahun, kupon gratis *upsized*, diskon *member*, dan lain-lain.

Dalam merancang sebuah aplikasi tentunya ada beberapa faktor pendukung yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah *User Interface* dan *User Experience (UI/UX)*. Fokus penelitian ini adalah merancang *UI/UX* pada aplikasi *mobile* reservasi *café* yang dikembangkan menggunakan metode *Lean UX*. Pemilihan metode *Lean UX* dikarenakan metode ini memiliki tiga prinsip yaitu meminimalkan desain yang tidak perlu dalam proses merancang *UX* yang akan membantu tim pengembang, menyelaraskan pihak-pihak yang bersangkutan dalam pengembangan *UX*, pengerjaan berdasarkan pengalaman dengan melakukan percobaan cepat dan mengukur bagaimana ide-ide yang telah digagaskan telah mencapai tujuan. *Waste* dalam penelitian ini ditujukan untuk segera mendapat ulasan dari *customer* mengenai desain yang dikerjakan melalui *testing* kepada *customer* (Gothelf dan Seiden, 2016). Kelebihan metode *Lean UX* dengan metode lain adalah menjadikan produk sebagai acuan hipotesis untuk divalidasi, dengan kata lain pengembangan tidak berasumsi mengenai apa yang *customer* inginkan (Klein, 2018). Pada prosesnya dilakukan pengujian awal kepada *customer* untuk membuat hipotesis mengenai apa yang *customer* inginkan dan pengujian ini akan terus dilakukan setiap akan membuat perubahan pada rancangan *UI/UX* aplikasi. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi panduan pengembang aplikasi *mobile* reservasi *cafe*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yang ada, yaitu bagaimana merancang *UI/UX* aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile* dengan penerapan metode *Lean UX*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan di atas, batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak mencakup pembuatan aplikasi.
2. Perancangan *UI/UX* hanya berfokus untuk aplikasi sisi *customer*.
3. Pengujian rancangan *UI/UX* dilakukan menggunakan *A/B Testing*.
4. *Tools* yang digunakan untuk merancang *UI/UX* adalah *Figma*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu menghasilkan rancangan *UI/UX* aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile* dengan penerapan metode *Lean UX*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Memberikan rekomendasi rancangan *IU/UX* pada saat pengembangan aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile*.
2. Memberikan penawaran kepada pemilik *café* untuk menggunakan aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile* agar meningkatkan *value café* dengan memberikan *customer service* yang lebih baik.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai acuan dalam melakukan penelitian untuk memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang penulis lakukan. Dari penelitian terdahulu terdapat penelitian yang membahas tentang topik yang serupa, namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian 1	
Nama Peneliti:	Aldi Almahfud, Aji Promajaya, Adhi Rizal (2023).
Judul:	Perancangan <i>Design UI/UX</i> Aplikasi Pemesanan <i>Café</i> Berbasis <i>Android</i> Dengan Metode <i>Design Thinking</i> (Studi Kasus: <i>Café Egg & Butter</i>).
Hasil:	Sekali pengujian menggunakan <i>System Usability Scale</i> (SUS) dengan memberikan 10 pertanyaan untuk mengukur tingkat <i>usability</i> . Hasil dari pengujian didapatkan nilai sebesar 86 dari 100 poin. Disimpulkan bahwa <i>prototype</i> aplikasi ini memiliki respon yang baik sehingga diterima oleh pengguna aplikasi.
Perbedaan:	Perancangan UI/UX menggunakan metode <i>Lean UX</i> . Penelitian penulis menggunakan dua kali pengujian. Pada iterasi pertama pengujian menggunakan <i>A/B Testing</i> . Pengujian pada iterasi kedua menggunakan metode <i>usability testing</i> .
Penelitian 2	
Nama Peneliti:	Dimas Ari Anggara, Wahyudi Harianto, Abdul Aziz. (2021)
Judul:	Prototipe Desain <i>User Interface</i> Aplikasi Ibu Siaga Menggunakan <i>Lean UX</i> .
Hasil:	Dua kali pengujian menggunakan cara mandiri atau <i>team</i> dan dua jenis kuesioner <i>Single Ease Question</i> (SEQ) dan <i>System Usability Scale</i> (SUS) untuk mencari <i>feedback</i> dari pengguna. Hasil dari penelitian ini didapatkan nilai kuesioner SEQ sebesar 6,01. Hasil kuesioner SUS rata-rata 76,0 dengan presentase <i>Acceptable</i> 85%. Disimpulkan bahwa <i>prototype</i> aplikasi Ibu Siaga memiliki UX yang baik sehingga diterima oleh pengguna aplikasi.
Perbedaan:	Penelitian penulis adalah perancangan UI/UX untuk reservasi <i>café</i> . Penelitian penulis menggunakan dua kali pengujian. Pada iterasi pertama pengujian menggunakan <i>A/B Testing</i> . Pengujian pada iterasi kedua menggunakan metode <i>usability testing</i> .

2.2 Bisnis

Bisnis secara umum tidak terlepas dari kegiatan produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang atau jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas di dalam bisnis pada umumnya bertujuan menghasilkan laba

untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi seorang pebisnis (Purnaya, 2016).

Kata bisnis berasal dari “*busy*” yang berarti sibuk, memiliki makna melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Pada umumnya, bisnis didefinisikan sebagai organisasi yang melakukan aktivitas komersial atau kegiatan yang berorientasi profit. Aktivitas bisnis dapat dilakukan oleh perorangan atau kelompok, dimana aktivitas bisnis ini meliputi proses produksi, pertukaran kebutuhan, aktivitas distribusi, konsumsi, yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial. Bentuk bisnis dapat berupa organisasi nirlaba yang beroperasi dengan tujuan amal atau sosial, seperti LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), LBH (Lembaga Bantuan Hukum), Panti Asuhan, dan lainnya (Febrianty, 2020).

Fokus pada penelitian ini adalah bisnis *Food & Beverage* (F&B), potensi industri makanan dan minuman di Indonesia bisa menjadi *champion*, karena *supply* dan *user*-nya banyak. Untuk itu, salah satu kunci daya saingnya di sektor ini adalah *food innovation and security* (Airlangga, 2019). Inovasi teknologi di dunia bisnis F&B contohnya adalah penggunaan aplikasi *Point of Sales* (POS) atau biasa disebut mesin kasir, selain itu terdapat juga aplikasi F&B *Online* dimana pada aplikasi tersebut terdapat daftar menu, *vouchers*, dan banyak lainnya. Seiring berkembangnya zaman pengaruh digitalisasi pada generasi milenial yang terbiasa mencari informasi *café* terlebih dahulu, melihat reputasi *café* dan ulasan pengunjung *café* sebelum mengunjunginya membuat mereka menjadi lebih selektif saat memilih *café* yang akan dikunjungi (Maulana, 2021).

2.3 Mobile Application

Mobile Application dikenal juga dengan sebutan *apps* merupakan sebuah *software* yang berjalan pada ponsel genggam. *Apps* harus diunduh dan *install* sebelum digunakan. *Apps* pada ponsel memiliki 2 jenis yaitu aplikasi yang harus terkoneksi dengan internet dan aplikasi yang tidak harus terkoneksi dengan internet (Cuello dan Vittone, 2013).

Mobile Apps diharapkan dapat berjalan pada berbagai jenis *mobile operating systems*, beragam ukuran layer ponsel, dan beragam teknologi. *Mobile Apps*

memiliki berbagai macam faktor dalam penggunaannya, beberapa di antaranya adalah ketersediaan koneksi internet dan kecepatan internet, kebutuhan memori, status baterai ponsel, serta fitur ponsel yang dapat diakses (Tariq, 2018).

2.4 User Interface

User Interface adalah desain yang berfokus pada interaksi pengguna dengan komputer melalui *output* di layar komputer. Desain *user interface* yang baik dapat meningkatkan *user experience* melalui elemen desain yang dapat mudah dipahami oleh pengguna. Sehingga desainer *user interface* akan berfokus pada bagaimana penampilan *website* atau program dan bagaimana pengguna akan berinteraksi (Hariis, 2017). *User Interface* yang baik adalah desain yang *user friendly*, artinya dapat memberikan *user* pengalaman pengoperasian aplikasi dengan mudah (Susanto, 2009). Desain antarmuka yang baik adalah desain yang harus mampu menyelesaikan tugas penggunanya tanpa menarik perhatian yang tidak diperlukan terhadap desain itu sendiri (Putra, Hakiki, dkk, 2022). Penerapan UI pada aplikasi reservasi cafe dapat menekankan 5 prinsip *usability* berikut ini:

1. Desain yang mudah untuk dipelajari.
2. Desain yang efisien dalam penggunaannya.
3. Desain yang mudah untuk diingat.
4. Desain yang mengandung tingkat kesalahan yang rendah.
5. Desain dengan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi.

2.5 User Experience

User experience meliputi berbagai perasaan, pemikiran, sensasi, dan tindakan pada suatu kegiatan. Desainer *user experience* harus bertujuan untuk membuat desain yang *enjoyable* dan menarik untuk digunakan pengguna. Oleh karena itu *user experience* harus dikembangkan dengan manusia sebagai fokus (Benyon, 2019). Desain yang terlalu kompleks serta alur navigasi yang rumit seringkali dapat membuat *user* frustrasi sehingga bisa terjadi kesalahan dalam penggunaan aplikasi (Shneiderman, 2005). Menurut Baker (2020) *user experience* yang baik adalah desain yang dapat memenuhi kriteria berikut ini:

1. Kontekstual.

Desain yang membuat *user* merasa mudah menggunakan aplikasi tanpa membuat *user* tersesat ataupun kelelahan selama menggunakan aplikasi.

2. *Be Human.*

Desain yang tidak kaku sehingga membuat *user* tidak merasa berinteraksi dengan robot atau mesin.

3. Mudah ditemukan.

Aplikasi yang mudah ditemukan oleh *user*. Membuat desain yang unik dapat dari segi logo, *thumbnail*, ataupun fungsinya supaya mudah ditemukan dan dikontrol.

4. Mudah digunakan.

Desain yang membuat *user* merasa nyaman, *enjoy*, dan tidak merasa kesulitan selama berinteraksi dengan aplikasi dengan segala fungsinya.

5. Sederhana.

Desain yang sederhana tanpa banyak deskripsi atau tulisan, namun tetap mudah dimengerti dan dipahami oleh *user*.



2.6 *Lean UX*

Lean UX memiliki tiga prinsip yaitu meminimalkan desain yang tidak perlu dalam proses merancang desain *UX* yang akan membantu tim pengembang, menelaraskan pihak-pihak yang bersangkutan dalam pengembangan *UX*, pengerjaan berdasarkan pengalaman dengan melakukan percobaan cepat dan mengukur bagaimana ide-ide yang telah digagaskan telah mencapai tujuan (Gothelf dan Seiden, 2016).



Gambar 2. 1 Proses *Lean UX*
(Sumber: Gothelf dan Seiden, 2016)

Lean UX memiliki empat tahapan yaitu *Declaring Assumptions*, *Create an MVP*, *Run an Experiments*, dan *Feedback & Research*. Berikut adalah penjelesaian tahapan proses *Lean UX* menurut Gothelf dan Seiden (2016):

1. *Declaring Assumptions*

Pada tahapan ini akan berfokus kepada hasil yaitu pernyataan hipotesis. Tahapan ini dimulai dengan mendeklarasikan asumsi karena setiap keputusan yang dibuat adalah berdasarkan asumsi-asumsi yang tidak teruji untuk meminimalkan resiko gagal pada produk yang akan dibangun. Asumsi-asumsi yang akan dibuat dapat termasuk dari sisi kebutuhan teknis, *market*, *product*, atau bisa juga fitur aplikasi. Proses selanjutnya adalah mengubah asumsi-asumsi yang telah dibuat menjadi pernyataan hipotesis sehingga dapat menghasilkan gambaran awal bagaimana aplikasi akan didesain. *Declaring Assumptions* dilakukan dengan elemen berikut:

a. *Business Outcomes*

Menentukan standar pengukuran untuk menentukan proses *Lean UX* telah selesai.

b. *Users*

Menentukan siapa yang berperan untuk dapat menyelesaikan masalah, atau biasa disebut dengan model persona. *User Persona* merupakan *tools*

untuk mengidentifikasi informasi, asumsi, dan konsep potensial *user* dengan membuat *User Persona* dari calon *customer* (Salisbury, 2019).

c. *Users Outcomes*

Menentukan tujuan dari model persona, bisa berupa tujuan akhir, tujuan emosional atau pengalaman yang ingin didapat, dan tujuan jangka panjang.

d. *Features*

Menentukan fitur apa saja yang ingin dikembangkan, dirubah, ditambahkan, ataupun diperbaiki.

e. *Problem Statement*

Menentukan masalah apa yang dihadapi customer dan tujuan pembuatan sistem.

f. *Declaring Hypotheses*

Merubah asumsi yang telah dibuat menjadi pernyataan hipotesis.

Penentuan hipotesis dapat menggunakan format berikut:

“Kami percaya bahwa [*business outcomes*] akan tercapai jika [*users*] telah berhasil mendapatkan [*users outcomes*] dengan [*features*]”

2. *Create an MVP*

Pada tahap ini adalah membuat desain MVP (*Minimum Viable Product*) dengan fitur seminimum mungkin yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran pengalaman pengguna pada produk yang akan dibuat.

3. *Run an Experiments*

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian terhadap desain *prototype* MVP yang telah dibuat sebelumnya dengan tujuan untuk mengetahui apakah desain tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan *user*.

4. *Feedback and Research*

Tahapan ini merupakan proses mendapatkan pendapat dari *user* yang kemudian akan diolah sebagai bahan pertimbangan apakah perlu dilakukan iterasi atau tidak. Proses ini bisa dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada *user*.

2.7 *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT).*

Analisis kompetitor menjelaskan tentang kemiripan *brand* lain dengan sistem serupa serta keberhasilan mengembangkan bisnisnya mulai dari peluang, pasar,

pemasaran, dan kompetitor. Analisis yang dapat digunakan adalah menggunakan SWOT (Silalahi, dkk, 2020). Menurut Rangkuti (2015) *Strengths-Weakness-Opportunities-Threats* atau biasa disebut SWOT merupakan metode analisis untuk penyusunan strategi, penjualan produk, atau ide bisnis baru. Analisis didasarkan pada memaksimalkan *strengths* dan *opportunities* perusahaan, serta secara bersamaan meminimalisir *weakness* dan *threats*. Untuk melakukan analisis SWOT, perlu dilakukan analisis internal atau *Internal Factor Analysis Strategic* (IFAS) dan eksternal atau *Eksternal Factor Analysis Strategic* (EFAS) perusahaan.

1. IFAS

Faktor internal terdapat dua poin SWOT yaitu *strengths* dan *opportunities*. Dua poin tersebut dapat diperoleh dengan melakukan analisis internal perusahaan meliputi segala hal manajemen fungsional.

2. EFAS

Faktor eksternal terdapat dua poin SWOT yaitu *weakness* dan *threats*. Dua poin tersebut dapat diperoleh dengan melakukan analisis eksternal perusahaan meliputi segala hal yang terjadi di luar perusahaan seperti lingkungan industri, ekonomi, hukum, politik, teknologi, serta budaya sekitar.

Setelah mendapat semua poin IFAS dan EFAS, kemudian hasilnya akan dihitung menggunakan matriks SWOT untuk menentukan strategi yang dapat diambil oleh perusahaan. Berikut adalah cara perhitungan nilai IFAS dan EFAS:

- a. Berikan bobot pada masing-masing faktor dengan skala 0,0 (paling tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Jumlah bobot tiap faktor haruslah maksimal 1,0.
- b. Berikan rating pada masing-masing faktor dengan skala 1 hingga 10. Faktor yang bersifat positif diberi rating 6 (paling lemah) hingga 10 (paling kuat) dengan membandingkan pesaing. Faktor yang bersifat negatif diberi nilai 1 (paling berpengaruh) hingga 5 (tidak berpengaruh).
- c. Hitung nilai setiap faktor dengan mengalikan bobot dengan rating. Kemudian jumlahkan faktor IFAS (*strengths + opportunities*) serta faktor EFAS (*weakness + threats*).

Tabel 2. 2 Perhitungan IFAS dan EFAS

Faktor	Bobot	Rating	Nilai (Bobot x Rating)
Internal			
<i>Strengths</i>	a	b	a x b
Jumlah <i>strengths</i>	1,0		c
<i>Opportunities</i>	a	b	a x b
Jumlah <i>opportunities</i>	1,0		c
Jumlah IFAS			Jumlah <i>strengths</i> + jumlah <i>opportunities</i>
Eksternal			
<i>Weakness</i>	a	b	a x b
Jumlah <i>weakness</i>	1,0		c
<i>Threats</i>	a	b	a x b
Jumlah <i>threats</i>	1,0		c
Jumlah EFAS			Jumlah <i>weakness</i> + jumlah <i>threats</i>

3. *Grand Strategy*

Menurut Hakim dan Sudaryo (2022) *grand strategy* dibutuhkan perusahaan untuk menentukan bagaimana cara perusahaan agar dapat mencapai visi/misinya. *Tools* yang dapat digunakan salah satunya adalah analisis SWOT. Dari hasil analisis SWOT, masukkan nilai IFAS ke sumbu horizontal (x) dan nilai EFAS ke sumbu vertikal (y). Titik pertemuan dua koordinat ini adalah posisi perusahaan saat ini. Terdapat 4 kuadran pada matriks *grand strategy* yaitu:

- Kuadran 1: kuat dan berpeluang. *Grand strateginya* adalah menggunakan kekuatan untuk meraih peluang. Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan membuat kebijakan untuk mendorong pertumbuhan yang agresif (Salim dan Siswanto, 2019)
- Kuadran 2: kuat dan terancam. *Grand strateginya* adalah menggunakan kekuatan untuk meminimalisir ancaman.
- Kuadran 3: lemah dan berpeluang. *Grand strateginya* adalah meraih peluang untuk memperkecil kelemahan.
- Kuadran 4: lemah dan terancam. *Grand strateginya* adalah jika memungkinkan memperkecil kelemahan dan mengurangi ancaman. Namun jika tidak memungkinkan sebaiknya rencana yang telah disusun dibatalkan.

2.8 Testing

1. A/B Testing

A/B *testing* merupakan pengujian yang dilakukan dengan mengevaluasi dua *sample* desain untuk menghasilkan desain *user interface* (Nylanden, 2018). Pengujian dilakukan dengan menawarkan dua *sample* desain kepada target *user*, target *user* akan diminta memilih desain mana yang disukai untuk menentukan desain mana yang menang dan banyak dipilih oleh target *user*. Desain yang banyak mendapat “*pick*” dari target *user* itulah desain yang akan kembali diolah oleh tim pengembang. A/B *testing* menguji solusi yang telah dibuat dan menunjukkan apa yang *customer* atau *user* inginkan selain itu A/B *testing* juga mampu untuk mendorong pertumbuhan *brand* yang berkelanjutan (Apptimize, 2020).

2. Usability Testing

Usability testing adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu produk atau sistem dapat digunakan dengan efektif oleh pengguna. Terdapat beberapa atribut atau kriteria penting yang harus dimiliki oleh suatu produk agar dianggap berguna atau *usable*. Meskipun jumlah atribut yang diakui dapat bervariasi, umumnya ada lima atribut utama yang diidentifikasi sebagai faktor kunci dalam kegunaan suatu produk. Berikut adalah lima atribut tersebut menurut Jakob Nielsen (2012):

- a. *Learnability* (Kemampuan Belajar): Seberapa cepat pengguna baru dapat mempelajari cara menggunakan produk. Produk yang mudah dipelajari akan meminimalkan waktu dan usaha yang dibutuhkan oleh pengguna baru untuk menjadi terampil dalam menggunakan produk.
- b. *Efficiency* (Efisiensi): Seberapa cepat pengguna dapat menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka setelah mereka terampil menggunakan produk. Efisiensi erat kaitannya dengan produktivitas pengguna dan kemampuan produk untuk mendukung tugas-tugas dengan seefisien mungkin.
- c. *Memorability* (Kemampuan Diingat): Seberapa mudah pengguna yang sudah terampil menggunakan produk dapat mengingat cara menggunakannya setelah jangka waktu tertentu tanpa menggunakan produk tersebut. Produk

yang mudah diingat akan meminimalkan kesalahan dan kehilangan waktu akibat lupa.

- d. *Errors* (Kesalahan): Seberapa sering pengguna membuat kesalahan saat menggunakan produk, seberapa serius kesalahan tersebut, dan seberapa mudah pemulihan dari kesalahan tersebut. Produk yang memiliki tingkat kesalahan rendah dan menyediakan mekanisme pemulihan yang baik dianggap lebih usable.
- e. *Satisfaction* (Kepuasan): Sejauh mana pengguna merasa puas dan senang setelah menggunakan produk. Kepuasan pengguna mencakup aspek-aspek seperti antarmuka yang menyenangkan, performa yang memuaskan, dan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan atau ekspektasi pengguna.

Melalui *usability testing*, pengembang produk dapat mengukur dan memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan memenuhi atau bahkan melebihi standar dalam kelima atribut tersebut, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

3. Skala Likert

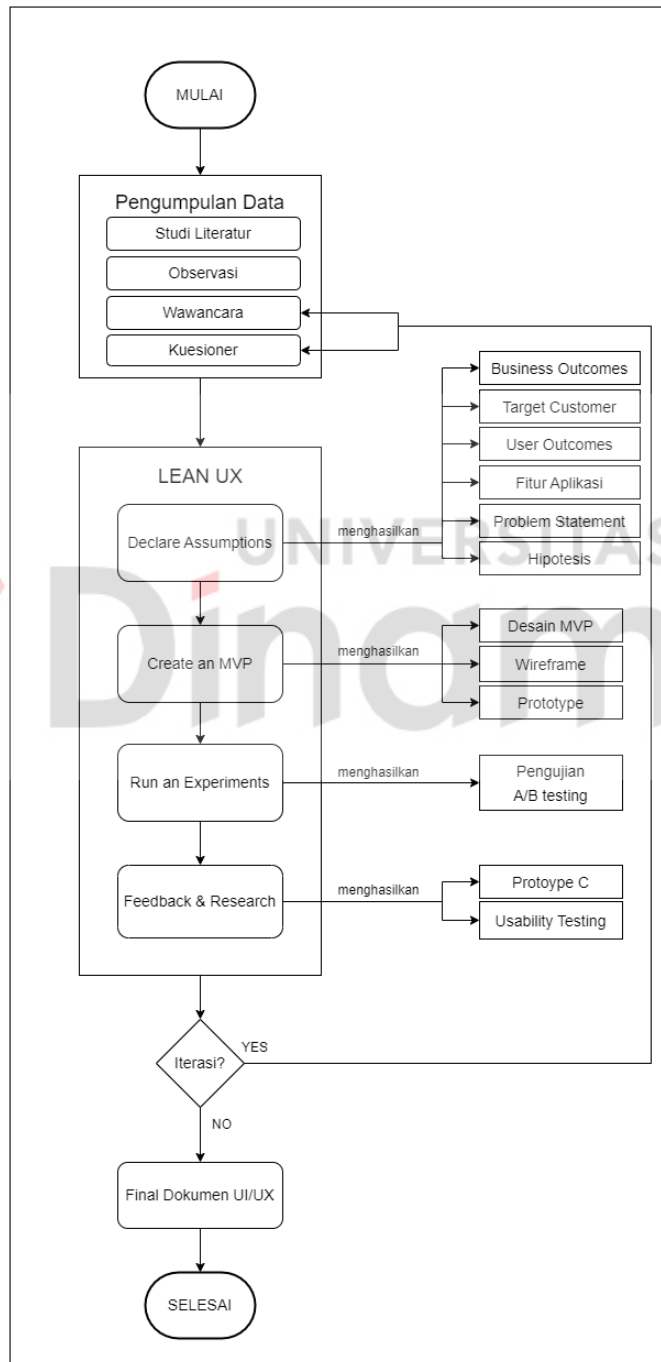
Skala *likert* merupakan alat yang sangat umum digunakan dalam penelitian sosial dan ilmu perilaku untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu fenomena (Sugiyono, 2006).

Pada skala *likert*, responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diberikan. Pilihan jawaban biasanya disusun secara ordinal, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Namun, jumlah pilihan jawaban dan kata kunci yang digunakan bisa bervariasi tergantung pada desain penelitian dan tujuan dari penggunaan skala tersebut.

Skala *likert* yang paling umum terdiri dari lima atau tujuh pilihan jawaban, tetapi terkadang juga dapat menggunakan jumlah pilihan yang lebih banyak. Penggunaan skala lima pilihan sering kali dianggap sebagai pilihan yang cukup untuk memberikan variasi yang memadai dalam tanggapan responden, sambil tetap memudahkan analisis data.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan metodologi penelitian yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini:



Gambar 3. 1 Alur Metodologi Penelitian

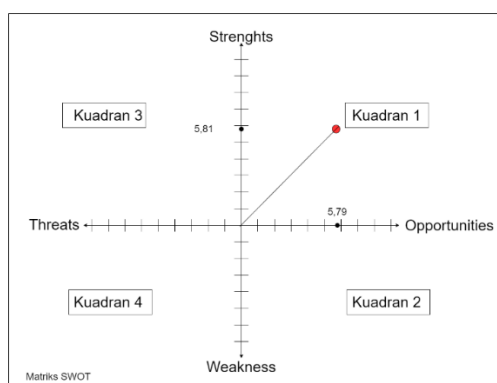
3.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan melakukan studi literatur untuk mendukung kebutuhan data pada tahap selanjutnya, observasi, wawancara kepada calon *customer*, dan penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dan menganalisis kebutuhan pengguna aplikasi reservasi *café*.

3.1.1 Observasi

Observasi dilakukan untuk menganalisis kompetitor menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan menganalisis internal untuk identifikasi IFAS dan eksternal untuk identifikasi EFAS dari aplikasi reservasi *café*. Analisis kompetitor menjelaskan tentang kemiripan aplikasi reservasi *café* dengan *brand* lain yang memiliki sistem serupa serta keberhasilan mengembangkan bisnisnya mulai dari peluang, pasar, pemasaran, dan kompetitor. Analisis yang dapat digunakan adalah menggunakan SWOT. Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS di atas, selanjutnya dilakukan penempatan hasil tersebut di matriks SWOT. Selain analisis SWOT, penulis melakukan perbandingan fitur aplikasi yang dimiliki *brand* kompetitor. Hasil analisis SWOT aplikasi reservasi *café* dapat dilihat pada Tabel L1.1.

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS aplikasi reservasi *café*, kemudian diolah untuk mengetahui posisi aplikasi reservasi *café* pada matriks SWOT agar dapat menentukan strategi yang dapat mendukung perkembangan aplikasi ini. Hasil posisi matriks SWOT dan *grand* strategi aplikasi reservasi *café* dapat dilihat pada Gambar 3.2 di bawah ini.



Gambar 3. 2 Matriks SWOT

Berdasarkan hasil matriks SWOT dapat diketahui bahwa posisi aplikasi reservasi *café* ini terletak pada kuadran 1 dan masuk ke dalam fase *growth*. Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan membuat kebijakan untuk mendorong pertumbuhan yang agresif. Dalam hal ini langkah yang dapat diambil adalah membangun sebuah aplikasi *mobile* yang dapat digunakan oleh *customer* agar dapat memenangkan persaingan, selain itu solusi ini juga bertujuan untuk membangun *brand identity* supaya nama *brand* usaha lebih cepat untuk dikenal masyarakat. Dalam merancang sebuah aplikasi tentunya ada beberapa faktor pendukung yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah *UI/UX*. Penelitian ini akan berfokus pada perancangan *UI/UX* aplikasi *mobile* reservasi *café*.

Selain analisis SWOT, penulis melakukan perbandingan fitur aplikasi yang dimiliki *brand* kompetitor dengan fitur yang dibutuhkan oleh responden berdasarkan hasil kuesioner. Berikut adalah hasil perbandingannya dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 3.1 Perbandingan Fitur Aplikasi *Brand* Kompetitor

No	Fitur	Brands			
		Starbucks	FORE	McDonald's	Chatime
1	Profil <i>customer</i>	✓	✓	✓	✓
2	Daftar menu		✓	✓	✓
3	<i>Dine-In / pick-up Order</i>		✓		✓
4	<i>Delivery Order</i>	✓	✓	✓	✓
5	Keranjang		✓	✓	✓
6	<i>Tracking order</i>		✓	✓	
7	Histori pembelian		✓	✓	✓
8	<i>Payment</i>	✓			
9	<i>E-Wallet payment</i>		✓		✓
10	Histori pembayaran	✓			
11	Daftar <i>cafe</i>	✓	✓	✓	✓
12	<i>View cafe Conditions</i>				
13	Reservasi				
14	<i>Vouchers</i>	✓	✓	✓	✓
15	<i>Rewards</i>	✓	✓	✓	✓
16	<i>Gift</i>	✓	✓		

3.1.2 Wawancara

Untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai *customer*, penulis melakukan wawancara dengan calon *customer* untuk membuat *User Persona*

dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dapat menyelesaikan masalah dan sesuai dengan kebutuhan desain aplikasi yang dirancang. *User Persona* merupakan *tools* untuk mengidentifikasi informasi, asumsi, dan konsep potensial *user* dengan membuat *User Persona* dari calon *customer*. Hasil wawancara dengan calon *customer* dapat di lihat pada Lampiran 3.

3.1.3 Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk pengumpulan informasi yang dibutuhkan aplikasi dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden calon *customer* dari aplikasi reservasi *cafe*. Kuesioner ini diberikan kepada responden disesuaikan dengan target *customer* aplikasi dengan minimal usia 13 tahun hingga usia 40 tahun baik pria maupun wanita yang dapat mengoperasikan *smartphone* dari berbagai profesi di Surabaya dengan menggunakan *google form* yang berisi 14 pertanyaan. Daftar pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada Tabel L2.1.

Hasil kuesioner yang disebarakan kepada calon *customer* aplikasi reservasi *cafe* didapati 47 responden dapat dilihat pada Tabel L2.2.

3.2 Declare Assumptions

Tahapan ini adalah pembuatan asumsi-asumsi yang diperlukan untuk mengetahui permasalahan atau kebutuhan *user* aplikasi reservasi *cafe* dengan tujuan meminimalkan resiko gagal pada perancangan *UI/UX* aplikasi reservasi *café*. Asumsi-asumsi yang dibuat mengacu pada hasil pengumpulan data hasil kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan asumsi-asumsi yang telah dibuat selanjutnya mengubah ke dalam bentuk hipotesis. Berikut asumsi-asumsi yang didapatkan dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3. 2 Daftar Asumsi

No	Daftar Asumsi
1	Target <i>customer</i> adalah usia 13 tahun hingga dewasa usia 40 tahun baik pria maupun wanita yang dapat mengoperasikan <i>smartphone</i> dari berbagai profesi di Surabaya.
2	Lebih dari 50% responden belum pernah memakai aplikasi <i>food and beverage</i> .
3	Informasi menu dibutuhkan oleh target <i>customer</i> .
4	Informasi kondisi <i>cafe</i> dibutuhkan oleh target <i>customer</i> .
5	Target <i>customer</i> membutuhkan sistem yang membantu memudahkan mengecek atau mendapat tempat duduk.
6	Target <i>customer</i> bersedia menggunakan aplikasi <i>food and beverage</i> jika tersedia.

3.2.1 Business Outcomes

Tahap ini dilakukan penentuan standar pengukuran untuk menentukan proses *Lean UX* telah selesai berupa hasil akhir yang ingin dicapai pada implementasi aplikasi reservasi *café*. Berikut adalah *outcomes* aplikasi reservasi *café* dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.3 Daftar *Outcomes*

No	<i>Outcomes</i>
1	Desain <i>user interface</i> yang menarik sesuai dengan rentang usia target <i>user</i> .
2	Desain <i>user interface</i> yang mudah digunakan target <i>user</i> .
3	Target <i>user</i> dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan.
4	Aplikasi <i>food and beverage</i> yang dapat digunakan oleh target <i>user</i> .

3.2.2 Users

Calon *customer* aplikasi reservasi *café* ini ditentukan berdasarkan kriteria yang sama pada saat penyebaran kuesioner. Berikut adalah kriteria calon *customer* aplikasi reservasi *café*:

Tabel 3.4 Kriteria *Users*

Kriteria <i>Users</i>	
Usia	13 – 40 tahun.
Jenis Kelamin	Pria, Wanita.
Pekerjaan	Tidak ada batasan profesi
Domilisi	Surabaya
<i>Skill</i>	Dapat mengoperasikan <i>smartphone</i>

3.2.3 Users Outcomes

Berdasarkan wawancara dengan calon *customer*, hasil wawancara diolah kemudian diubah ke dalam bentuk *user persona*. *User Persona* yang telah dibuat dapat dilihat pada Gambar 3.3 di bawah ini.

Lisa Safitri
 Usia: 22
 Gender: Perempuan
 Pekerjaan: Mahasiswa
 Alamat: Surabaya

Lisa adalah seorang mahasiswa tahun ke-tiga di salah satu Universitas Negeri di Surabaya. Keluarga Lisa beranggotakan empat orang yaitu Ayah yang sudah meninggal, Ibu, dan seorang kakak perempuan yang saat ini membiayai Lisa untuk kuliah. Saat ini Lisa memiliki usaha online untuk tambahan uang saku kuliah.

Goals

- Lebih mudah melakukan pemesanan menu.
- Bisa melakukan reservasi
- Ingin mendapatkan informasi terkait *café* yang akan dikunjungi

Motivations

- Comfort
- Convenience
- Effectivity

Frustrations

- Hampir tidak mendapat tempat duduk saat pergi ke *café*.
- Kurang paham dengan menu yang disediakan

Personality

- Down-to-earth
- Easy-going
- Independent

"Ingin lebih mudah melakukan pemesanan, kalau bisa pesan saat dirumah jadi sampai *café* bisa langsung terima makanan atau minumannya. Kalau bisa reservasi sekalian malah lebih enak jadi tidak perlu khawatir tidak dapat meja."

Gambar 3.3 *User Persona*

Informasi lebih jelas dari *Bio User Persona* diatas dapat dilihat pada Gambar 4.3 di bawah ini.



Gambar 3. 4 *Bio User Persona*

3.2.4 Features

Dari hasil kuesioner yang telah disebar dapat dihasilkan *User Need* dan *Product Objective* dapat dilihat pada tabel 3.6 di bawah ini.

Tabel 3.5 Daftar *User Need*

No	<i>User Need</i>	<i>Product Objective</i>	Fungsi
1	Profil <i>customer</i>	Profil <i>customer</i> untuk melihat dan mengubah data	Profil <i>customer</i>
2	Melihat daftar menu	Daftar menu yang ada pada <i>cafe</i>	Menu
3	Melakukan pemesanan dan melihat riwayat transaksi	Melakukan pemesanan dan menampilkan riwayat transaksi <i>customer</i>	<i>Order</i> , keranjang
4	Menentukan metode pemesanan	Memilih metode pemesanan yang akan digunakan	<i>Order</i>
5	<i>Tracking</i> proses pesanan	<i>Tracking</i> untuk <i>customer</i> bisa mengetahui proses pesanan	<i>Tracking order</i>
6	Melakukan pembayaran dengan <i>e-wallet</i>	Memilih jenis pembayaran <i>e-wallet</i> yang akan digunakan	<i>Payment</i>
7	Dapat melihat daftar lokasi <i>cafe</i>	Menampilkan daftar dan lokasi <i>cafe</i>	<i>View cafe</i>
8	Dapat melihat kondisi <i>cafe</i>	Menampilkan kondisi <i>cafe</i>	<i>View cafe</i>
9	Dapat melakukan reservasi tempat	Memilih lokasi <i>cafe</i> dan melakukan reservasi tempat	<i>View cafe</i> , reservasi
10	Melihat atau mendapat <i>voucher</i> promo	Menampilkan daftar <i>voucher</i> dan daftar promo	<i>Vouchers</i>
11	Mendapat poin pembelian	Menampilkan <i>rewards customer</i>	<i>Rewards</i>

3.2.5 Problem Statements

Hasil penyebaran kuesioner dari 47 responden yang berpartisipasi untuk mengetahui pengalaman *customer* saat berkunjung *café* didapatkan permasalahan yang dapat di lihat pada tabel 3.7 dibawah ini.

Tabel 3.6 *Problem Statement*

No	Problem Statement
1	91,4% responden kesulitan memilih menu dengan berbagai alasan antara lain belum familiar dengan menu yang ditawarkan serta kurangnya penjelasan menu.
2	65,7% responden belum pernah menggunakan aplikasi F&B.
3	82,9% responden yang sudah menerima pesanan sulit menemukan tempat duduk yang kosong.
4	65,7% responden memilih untuk pergi ke <i>café</i> lainnya saat melihat kondisi <i>café</i> ramai

3.2.6 Declaring Hypotheses

Berdasarkan asumsi-asumsi yang telah dibuat selanjutnya diubah ke dalam bentuk hipotesis dapat dilihat pada Tabel 3.8 dibawah ini.

Tabel 3.7 Daftar Hipotesis

No	Hipotesis
1	Membuat fitur yang dibutuhkan target <i>customer</i> .
2	Membuat desain <i>user interface</i> yang menarik dan mudah digunakan disesuaikan dengan rentang usia target <i>customer</i> .
3	Menampilkan informasi-informasi yang dibutuhkan target <i>customer</i> .
4	Pembuatan desain <i>user interface</i> aplikasi <i>food and beverage</i> akan digunakan oleh target <i>customer</i> .

3.3 Create an MVP

Tahap ini diawali dengan membuat daftar MVP untuk aplikasi reservasi *café*. Dari daftar MVP yang sudah dibuat, kemudian dibuatkan desain *wireframe* berupa gambaran kasar *layout* aplikasi yang dibuat dengan hitam putih. Kemudian lanjut ke proses pembuatan *prototype* dari hasil *wireframe* yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap *prototype* ini dilakukan pewarnaan dan pengaturan elemen *user interface* aplikasi reservasi *café*.

3.3.1 Daftar MVP

Pada tahap ini penulis akan membuat desain *Minimum Viable Product* (MVP) dengan fitur semimumum mungkin pada aplikasi reservasi *café* dengan menggunakan *wireframe* dan membuat *prototype*. *Wireframe* merupakan gambaran kasar *layout* aplikasi yang akan dibuat dengan hitam putih. Selanjutnya adalah proses pembuatan *prototype* dari hasil *wireframe* yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap *prototype* ini dilakukan pewarnaan dan pengaturan elemen *user interface* aplikasi reservasi *café*.

Daftar MVP dibuat dari hasil analisis kuesioner oleh calon *customer*. Berikut adalah daftar MVP dari aplikasi reservasi *café*.

Tabel 3. 8 Daftar MVP

No	Nama Fitur	Fungsi	Penjelasan
1	Profil <i>customer</i>	Profil <i>customer</i>	Profil <i>customer</i> untuk melihat dan mengubah data
2	Menu	Melihat daftar menu	Daftar menu yang ada pada <i>cafe</i>
3	<i>Order</i>	Melakukan pemesanan dan memilih metode pemesanan <i>pick up</i> atau <i>delivery</i>	Menampilkan detail pemesanan yang dilakukan <i>customer</i> untuk lanjut ke proses akhir pemesanan
4	Keranjang	Melihat daftar keranjang	Menampilkan daftar keranjang dari pemesanan atau reservasi yang akan dilakukan <i>customer</i> .
5	Riwayat Transaksi	Melihat daftar riwayat transaksi, <i>order tracking</i> .	Menampilkan riwayat transaksi <i>customer</i> , <i>customer</i> dapat melacak pemesanan yang dilakukan.
6	<i>Payment</i>	Daftar <i>e-wallet</i>	Memilih jenis pembayaran <i>e-wallet</i> yang akan digunakan
7	<i>View cafe</i>	Melihat daftar lokasi <i>café</i> , dan kondisi <i>café</i>	Menampilkan daftar dan lokasi <i>café</i> dan kondisi <i>café</i>
8	Reservasi	Melakukan reservasi tempat	Memilih lokasi <i>cafe</i> dan melakukan reservasi tempat
9	<i>Vouchers</i>	Melihat <i>voucher</i> dan promo	Menampilkan daftar <i>voucher</i> dan daftar promo
10	<i>Rewards</i>	Mendapat poin pembelian, mendapatkan <i>gift</i> spesial <i>member</i>	Menampilkan <i>rewards</i> dan <i>gift customer</i>

3.4 Run An Experiment

Pada tahap ini penulis akan melakukan pengujian dari desain MVP yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian bisa dilakukan secara mandiri atau *team*, bisa juga dilakukan kepada target *user* aplikasi reservasi *cafe*. Pengujian yang dilakukan secara mandiri atau *team* dilaksanakan bersamaan dengan perancangan MVP yang berguna untuk mengetahui kesalahan pada desain *user interface* dan alur *prototype* sebelum diujikan kepada target *user*. Pengujian kepada target *user* dilakukan dengan *A/B testing* menggunakan penyebaran kuesioner kepada target *user* aplikasi reservasi *cafe* dimana target *user* akan dipersilahkan memilih dua desain dan memberikan saran atau masukan, hasilnya dapat diolah pada tahap selanjutnya yaitu *feedback and research* sebagai bahan untuk perbaikan desain.

3.5 *Feedback and Research*

Tahap ini penulis melakukan pengolahan data yang diperoleh pada tahap sebelumnya dengan mempelajari keputusan hasil dari *A/B testing* kemudian akan dibuat *prototype C*. Selanjutnya akan dilakukan validasi dengan *problem* yang ada apakah sudah menjawab *problem* tersebut dengan melakukan *Usability Testing*.

3.6 *Dokumen Laporan Tugas Akhir*

Pada tahap ini penulis akan menyusun dokumen laporan Tugas Akhir yang berupa dokumentasi *UI/UX* berdasarkan proses-proses yang telah dilalui.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Create An MVP

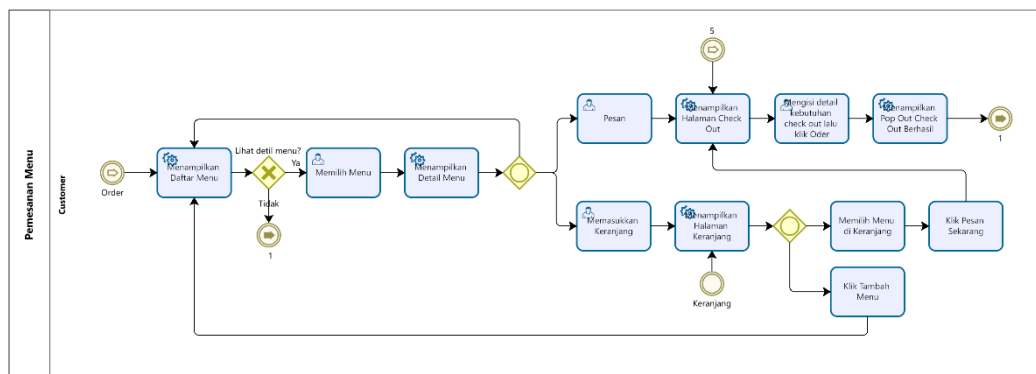
Tahapan ini merupakan tahap pembuatan MVP berupa *wireframe* dilanjutkan dengan pembuatan *prototype*. *Wireframe* merupakan gambaran kasar *layout* aplikasi yang akan dibuat dengan hitam putih. Selanjutnya adalah proses pembuatan *prototype* dari hasil *wireframe* yang telah dibuat sebelumnya.

4.1.1 Business Process Model and Notation (BPMN)

Sebelum masuk ke tahap pembuatan *wireframe*, dibuat lebih dulu BPMN untuk mengetahui bagaimana alur bisnis dari aplikasi reservasi *café*.

1. BPMN Pemesanan.

Proses pemesanan diawali dari *customer* masuk ke halaman menu kemudian memilih menu yang ingin dipesan. Menu yang dipilih *customer* dapat dimasukkan ke dalam keranjang, menu yang sudah di dalam keranjang dapat kembali diedit di halaman menu. Setelah memilih menu, *customer* dapat melakukan *check out* lalu mengisi berbagai informasi kebutuhan untuk *check out* kemudian *customer* dapat mengklik tombol *Order* untuk memproses pemesanan.

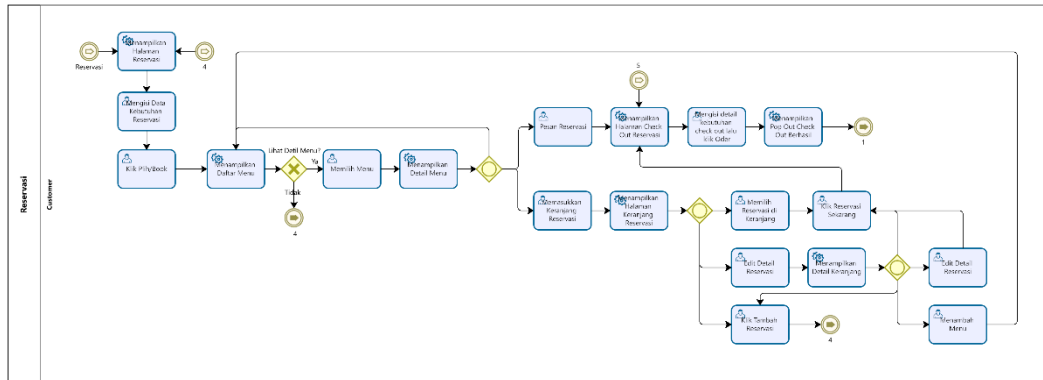


Gambar 4. 1 BPMN Pemesanan Menu

2. BPMN Reservasi.

Proses reservasi dimulai dari *customer* masuk ke halaman reservasi kemudian mengisi data untuk kebutuhan reservasi lalu memilih menu yang akan dipesan. Tahap selanjutnya *customer* dapat memasukkan keranjang, daftar reservasi di

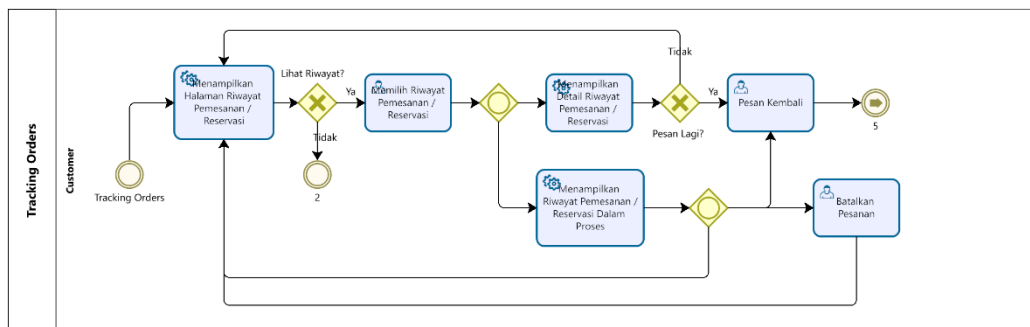
dalam keranjang dapat kembali diedit oleh *customer* jika ada perubahan yang dirasa perlu. Setelah itu *customer* dapat melakukan *check out* dan memilih *vouchers* atau *gift* yang dimiliki *customer* kemudian mengkonfirmasi jenis pembayaran yang akan dilakukan. Setelah semua pengisian data selesai, *customer* dapat mengklik tombol *Order* untuk memproses reservasi.



Gambar 4. 2 BPMN Reservasi

3. BPMN Order Tracking.

Proses *order tracking* dimulai dari *customer* masuk ke halaman riwayat pemesanan lalu memilih transaksi yang ingin dicek. *Customer* dapat memperoleh informasi *detail* terkait pesannya, seperti status pesanan, waktu pemesanan dan waktu pesanan selesai diproses, serta beberapa informasi lainnya.

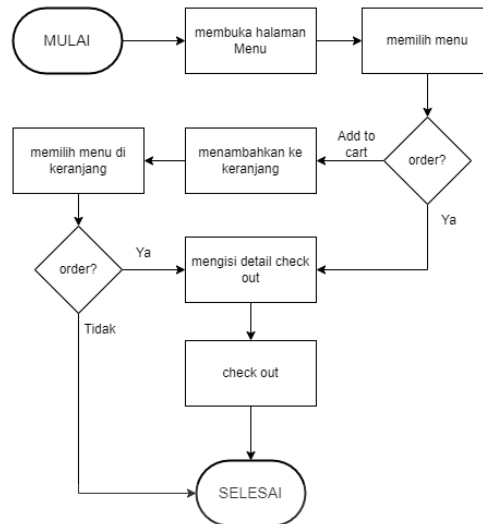


Gambar 4. 3 BPMN Order Tracking

4.1.2 User Flow

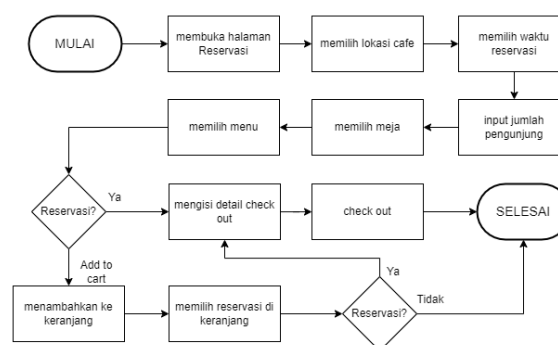
Selain BPMN dibuat pula *user flow* yang menggambarkan alur bagaimana *customer* melakukan pemesanan dan reservasi. Gambar 4.6 merupakan alur *customer* melakukan pemesanan, diawali dari *customer* masuk ke halaman menu

kemudian memilih menu yang akan dipesan. Setelah itu *customer* dapat memilih untuk segera *check out* atau menambahkan ke keranjang. Pada saat melakukan *check out*, *customer* harus mengisi detail kebutuhan *check out* setelah itu *customer* dapat mengklik tombol *order*.



Gambar 4. 4 *User Flow* Pemesanan

Gambar 4.7 merupakan alur *customer* melakukan reservasi. Diawali dari *customer* masuk ke halaman reservasi dilanjutkan mengisi kebutuhan reservasi. Setelah itu *customer* dapat memilih untuk segera *check out* atau menambahkan ke keranjang. Pada saat melakukan *check out*, *customer* harus mengisi detail kebutuhan *check out* setelah itu *customer* dapat mengklik tombol *reservasi*.



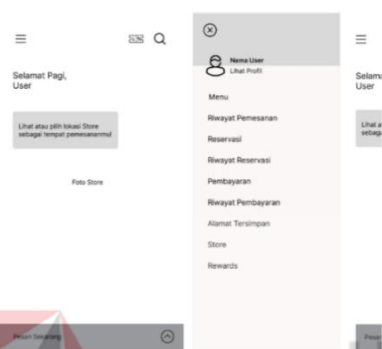
Gambar 4. 5 *User Flow* Reservasi

4.1.3 Wireframe

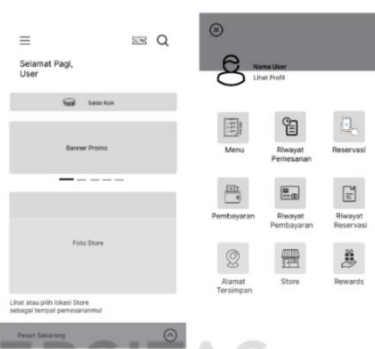
Pembuatan *wireframe* berupa desain hitam putih yang bertujuan untuk memberi gambaran *layout*, konten, serta fitur aplikasi reservasi *café*. *Wireframe*

dirancang menggunakan aplikasi *Figma* memakai *frame* ukuran 360 x 640 px. *Wireframe* aplikasi reservasi *café* dapat dilihat pada Lampiran 2.

Gambar 4.6 adalah desain *wireframe* A dan Gambar 4.7 adalah desain *wireframe* B untuk halaman *Home* dan *Dashboard*. Pada halaman *Home* menampilkan sapaan untuk *customer*, foto *café*, fitur *search*, dan *voucher* yang dimiliki oleh *customer*. Sedikit berbeda pada desain *Home* B menambahkan tampilan *banner* promo dan saldo koin yang dimiliki *customer*. Pada halaman *Dashboard* menampilkan kategori fitur yang ada dalam aplikasi serta profil *customer*.

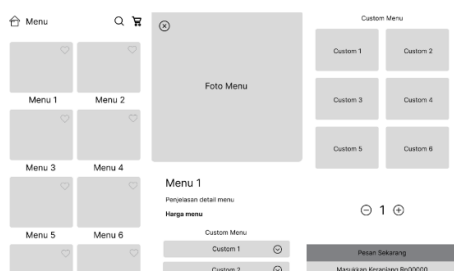


Gambar 4. 6 *Wireframe* Halaman *Home* dan *Dashboard* Desain A



Gambar 4. 7 *Wireframe* Halaman *Home* dan *Dashboard* Desain B

Gambar 4.8 adalah desain *wireframe* A dan Gambar 4.9 adalah desain *wireframe* B untuk halaman daftar menu yang menampilkan daftar menu, penjelasan dan harga menu, pilihan *custom* menu, *button* untuk memesan menu, dan *button* untuk menambahkan ke keranjang.

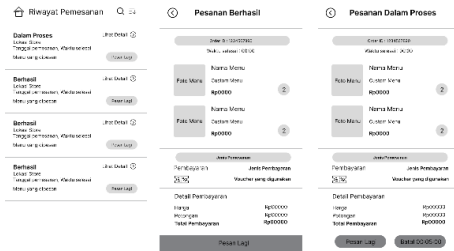


Gambar 4. 8 *Wireframe* Halaman Menu Desain A

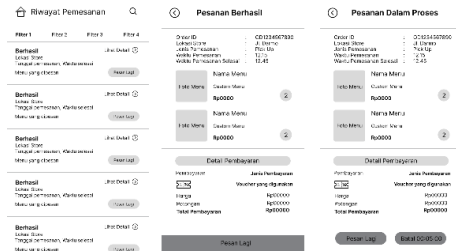


Gambar 4. 9 *Wireframe* Halaman Menu Desain B

Gambar 4.10 adalah desain *wireframe* A dan Gambar 4.11 adalah desain *wireframe* B untuk halaman riwayat pemesanan, menampilkan daftar riwayat pemesanan beserta detail dari transaksi yang telah dilakukan.

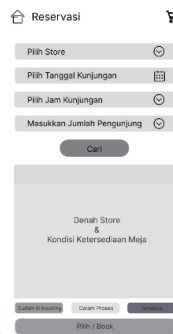


Gambar 4. 10 Wireframe Halaman Riwayat Pemesanan Desain A

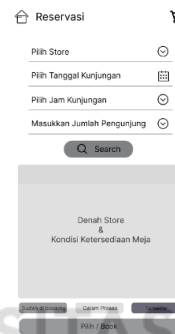


Gambar 4. 11 Wireframe Halaman Riwayat Pemesanan Desain B

Gambar 4.12 adalah desain wireframe A dan Gambar 4.13 adalah desain wireframe B untuk halaman reservasi, menampilkan beberapa data keperluan reservasi yang harus diisi oleh customer.



Gambar 4. 12 Wireframe Halaman Reservasi Desain A

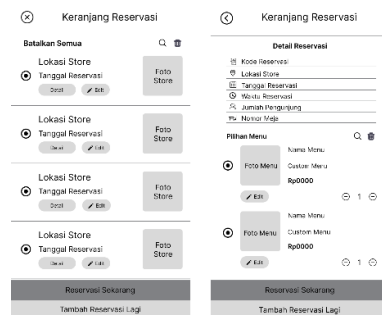


Gambar 4. 13 Wireframe Halaman Reservasi Desain B

Gambar 4.14 adalah desain wireframe A dan Gambar 4.15 adalah desain wireframe B untuk halaman keranjang reservasi, menampilkan daftar reservasi yang akan dilakukan customer beserta detailnya.

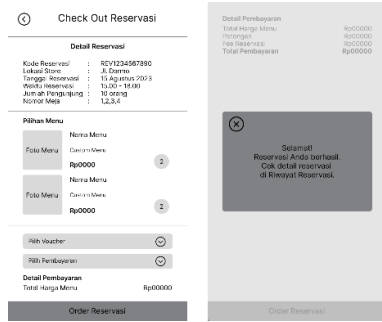


Gambar 4. 14 Wireframe Halaman Keranjang Reservasi Desain A

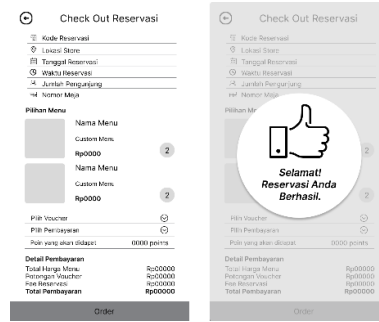


Gambar 4. 15 Wireframe Halaman Keranjang Reservasi Desain A

Gambar 4.18 adalah desain wireframe A dan Gambar 4.19 adalah desain wireframe B untuk halaman check out reservasi, menampilkan pesanan reservasi customer dan beberapa data yang perlu diisi oleh customer.

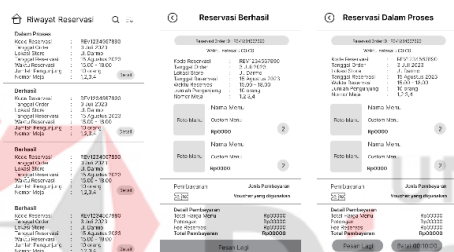


Gambar 4. 16 Wireframe Halaman Check Out Reservasi Desain A



Gambar 4. 17 Wireframe Halaman Check Out Reservasi Desain B

Gambar 4.18 adalah desain wireframe A dan Gambar 4.19 adalah desain wireframe B untuk halaman riwayat reservasi, menampilkan daftar riwayat reservasi beserta detail dari transaksi yang telah dilakukan.



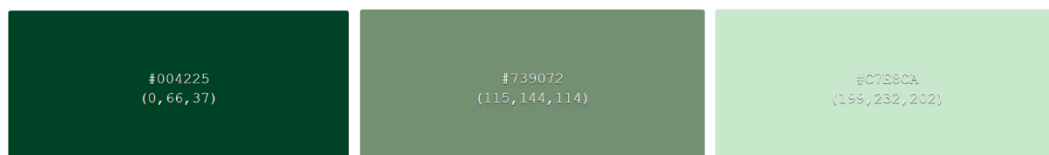
Gambar 4. 18 Wireframe Halaman Riwayat Reservasi Desain A



Gambar 4. 19 Wireframe Halaman Riwayat Reservasi Desain B

4.1.4 Prototype

Proses pembuatan *prototype* berdasarkan dari hasil *wireframe* yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Pada tahap *prototype* ini dilakukan pewarnaan dan pengaturan elemen *user interface* aplikasi reservasi *cafe*. Desain *prototype* aplikasi reservasi *cafe* dapat dilihat pada Lampiran 3. Aplikasi reservasi *cafe* menggunakan warna hijau sebagai warna utama yang sering dikaitkan dengan pertumbuhan, kehidupan baru, dan kelimpahan. Warna hijau sering digunakan sebagai simbol untuk awal yang baru, kesuburan, dan pembaruan. Dengan demikian, penggunaan warna hijau dalam aplikasi reservasi *cafe* ini bisa diartikan sebagai lambang kemungkinan-kemungkinan baru, peluang untuk tumbuh dan berkembang, serta perubahan yang positif dan segar, sesuai dengan hasil analisis SWOT dimana aplikasi reservasi *cafe* ini membutuhkan strategi untuk pertumbuhan yang agresif.

Gambar 4. 20 Panduan Warna Aplikasi Reservasi *Cafe*

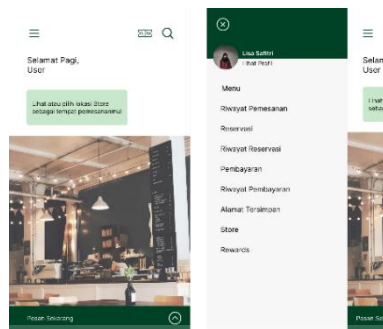
Gambar 4.23 adalah warna-warna yang digunakan untuk tombol pada aplikasi reservasi *cafe*.

Tabel 4. 1 Warna Tombol

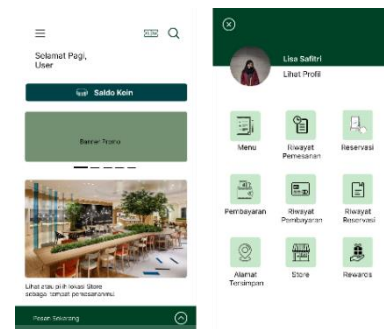
No	Warna	Penjelasan
1		Warna #8E0505 digunakan untuk tombol batal dan <i>logout</i> .
2		Warna #219F94 digunakan untuk penanda meja <i>available</i> pada denah <i>café</i> .
3		Warna # FFE162 digunakan untuk penanda meja dalam proses reservasi pada denah <i>café</i> .
4		Warna # B8405E digunakan untuk penanda meja sudah direservasi pada denah <i>café</i> .
5		Warna # 004225 digunakan pada tombol utama untuk menjalankan proses.

Pada rancangan UI/UX aplikasi reservasi *cafe* menggunakan jenis *font* "Inter". Pemilihan *font* "Inter" dikarenakan jenis huruf ini dirancang untuk digunakan dalam teks campuran yang terdiri dari huruf besar dan kecil. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan keterbacaan teks di berbagai media dan tampilan, termasuk layar komputer, ponsel, dan kertas. Salah satu fitur utama dari "Inter" adalah penggunaan tinggi x yang disesuaikan untuk membantu keterbacaan. Tinggi x mengacu pada tinggi huruf kecil dalam sebuah jenis huruf, dan dengan menyesuaikan tinggi x, "Inter" menciptakan keseimbangan yang optimal antara huruf besar dan kecil, sehingga teks terlihat seimbang dan mudah dibaca. Fitur lainnya termasuk garis miring nol, yang membantu membedakan antara angka nol dan huruf 'o', serta nomor tabel dan fitur lainnya untuk memenuhi kebutuhan khusus dalam tata letak dan desain teks.

Gambar 4.21 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.22 adalah desain *prototype* B untuk halaman *Home* dan *Dashboard*. Pada halaman *Home* menampilkan sapaan untuk *customer*, foto *cafe*, fitur *search*, dan *voucher* yang dimiliki oleh *customer*. Sedikit berbeda pada desain *Home* B menambahkan tampilan *banner* promo dan saldo koin yang dimiliki *customer*. Pada halaman *Dashboard* menampilkan kategori fitur yang ada dalam aplikasi serta profil *customer*.

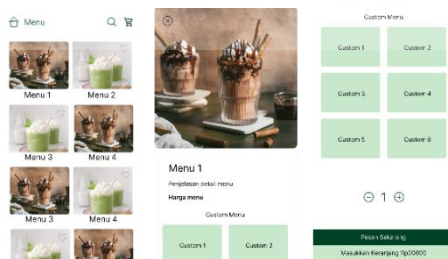


Gambar 4. 21 *Prototype* Home dan Dashboard Desain A

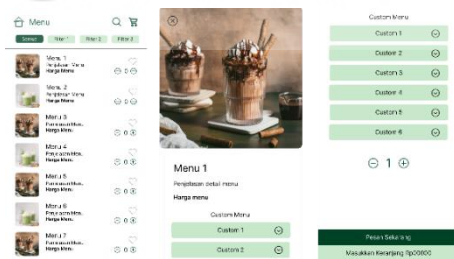


Gambar 4. 22 *Prototype* Home dan Dashboard Desain B

Gambar 4.23 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.24 adalah desain *prototype* B untuk halaman daftar menu yang menampilkan daftar menu, penjelasan dan harga menu, pilihan *custom* menu, *button* untuk memesan menu, dan *button* untuk menambahkan ke keranjang.

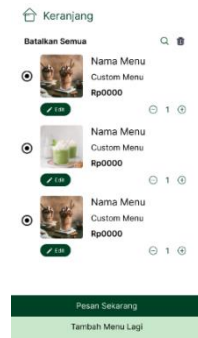


Gambar 4. 23 *Prototype* Menu Desain A

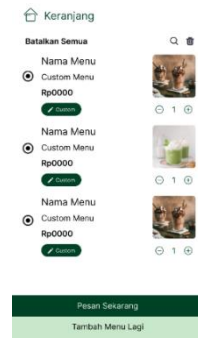


Gambar 4. 24 *Prototype* Menu Desain B

Gambar 4.25 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.26 adalah desain *prototype* B untuk halaman keranjang, menampilkan daftar menu yang dipilih *customer*.

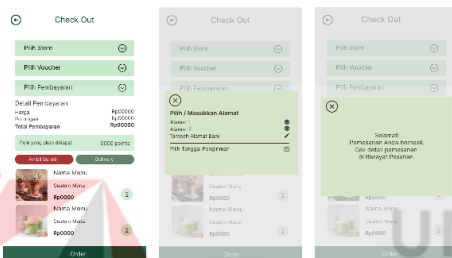


Gambar 4. 25 *Prototype* Halaman Keranjang Desain A

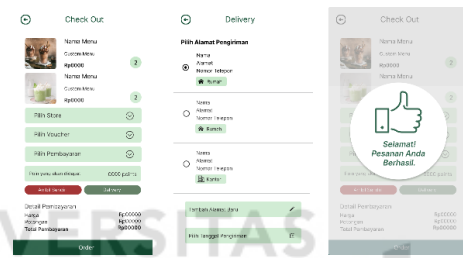


Gambar 4. 26 *Prototype* Halaman Keranjang Desain B

Gambar 4.27 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.28 adalah desain *prototype* B untuk halaman *check out*, menampilkan pesanan *customer* dan beberapa data yang perlu diisi oleh *customer*.

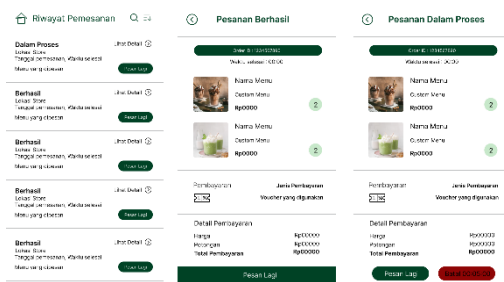


Gambar 4. 27 *Prototype* Halaman Check Out Desain A

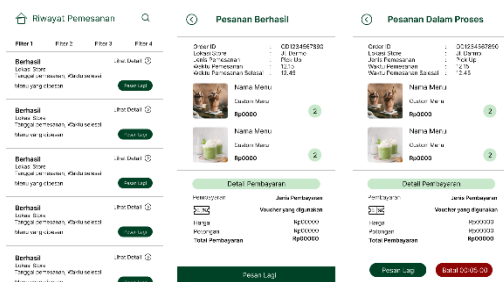


Gambar 4. 28 *Prototype* Halaman Check Out Desain B

Gambar 4.29 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.30 adalah desain *prototype* B untuk halaman riwayat pemesanan, menampilkan daftar riwayat pemesanan beserta detil dari transaksi yang telah dilakukan.

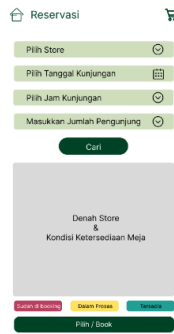


Gambar 4. 29 *Prototype* Halaman Riwayat Pemesanan Desain A

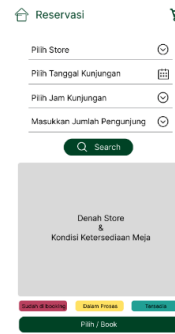


Gambar 4. 30 *Prototype* Halaman Riwayat Pemesanan Desain B

Gambar 4.31 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.32 adalah desain *prototype* B untuk halaman reservasi, menampilkan beberapa data keperluan reservasi yang harus diisi oleh *customer*.



Gambar 4. 31 *Prototype* Halaman Reservasi Desain A

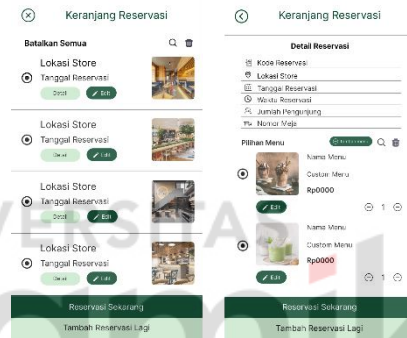


Gambar 4. 32 *Prototype* Halaman Reservasi Desain B

Gambar 4.33 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.34 adalah desain *prototype* B untuk halaman keranjang reservasi, menampilkan daftar reservasi yang akan dilakukan *customer* beserta detilnya.

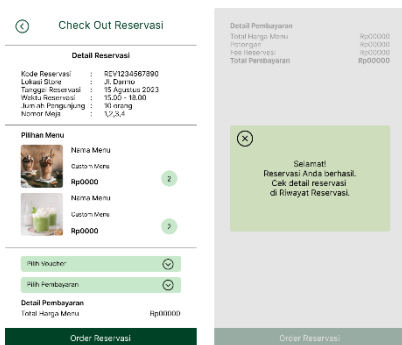


Gambar 4. 33 *Prototype* Halaman Keranjang Reservasi Desain A

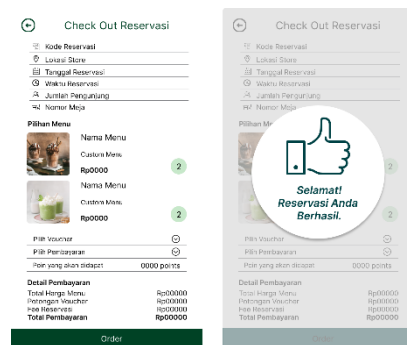


Gambar 4. 34 *Prototype* Halaman Keranjang Reservasi Desain B

Gambar 4.35 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.36 adalah desain *prototype* B untuk halaman *check out* reservasi, menampilkan pesanan reservasi *customer* dan beberapa data yang perlu diisi oleh *customer*.

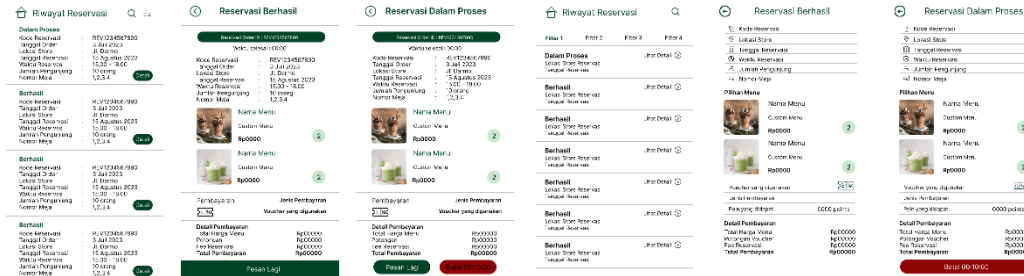


Gambar 4. 35 *Prototype* Halaman Check Out Reservasi Desain A



Gambar 4. 36 *Prototype* Halaman Check Out Reservasi Desain B

Gambar 4.37 adalah desain *prototype* A dan Gambar 4.38 adalah desain *prototype* B untuk halaman riwayat reservasi, menampilkan daftar riwayat reservasi beserta detail dari transaksi yang telah dilakukan.



Gambar 4. 37 *Prototype* Halaman Riwayat Reservasi Desain A

Gambar 4. 38 *Prototype* Halaman Riwayat Reservasi Desain B

4.2 Run An Experiment

Pengujian dilakukan dengan *A/B testing* melalui penyebaran kuesioner kepada target *customer* aplikasi reservasi *cafe* dimana target *customer* dipersilahkan memilih dua desain dan memberikan saran atau masukan. Hasil *A/B testing* dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil *A/B Testing*

No	Halaman Desain	Desain A	Desain B	Pemenang
1	Profil <i>customer</i>	38,7 %	61,3%	B
2	Menu	38,7 %	61,3%	B
3	Keranjang	54,8 %	45,2%	A
4	Check out (Order)	12,9%	87,1%	B
5	Tracking order	25,8%	74,2%	B
6	Payment	12,9%	87,1%	B
7	View <i>cafe</i>	38,7%	61,3%	B
8	Reservasi	51,6%	48,4%	A
9	Keranjang reservasi	41,9%	58,1%	B
10	Check out reservasi	19,4%	80,6%	B
11	Riwayat reservasi	64,5%	35,5%	A
11	Voucher	48,4%	51,6%	B
12	Rewards	80,6%	19,4%	A

Beberapa saran dari koresponden terkait tampilan desain yang dapat menjadi bahan untuk perbaikan pada *prototype* C:

- Warna gambar lebih dipertajam.
- Warna kolom dibuat lebih kontras.
- Terdapat nama *button* yang tidak terlihat karena warna yang kurang kontras.
- Desain *Pop Up* dibuat tidak hanya kotak.

4.3 Feedback and Research

4.3.1 Prototype C

Berdasarkan hasil pemenang dari *A/B testing* yang telah dilakukan, selanjutnya dibuat *prototype C*. *Prototype C* dikerjakan dengan perbaikan berdasarkan saran dari koresponden. Berikut adalah hasil *prototype C*:

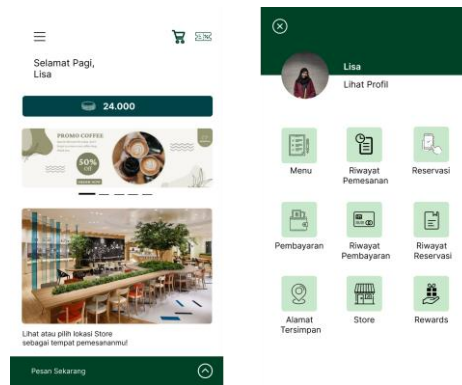
a. Profil Customer

Pada halaman Akun Saya, *customer* dapat melihat informasi akun seperti nama, *username*, email, tanggal lahir, jenis kelamin, dan nomor telepon. *Customer* juga dapat melakukan *edit* data jika ada perubahan yang ingin dilakukan dengan mengklik tombol pensil di ujung kanan atas halaman Akun Saya.

Gambar 4. 39 *Prototype C* Halaman Profil Customer

b. Home dan Dashboard

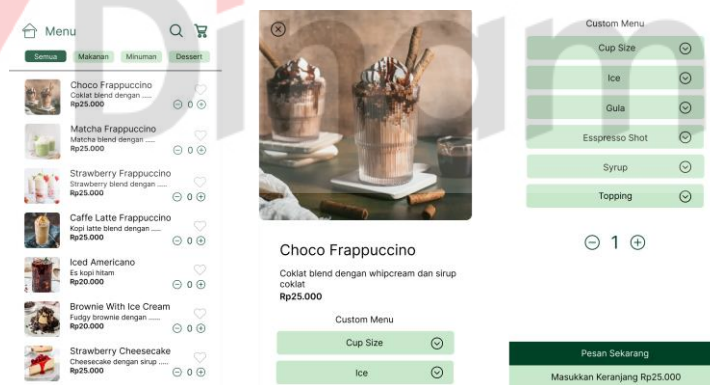
Halaman *Home* menampilkan sapaan untuk *customer*, foto salah satu *café* yang jika diklik akan mengarah ke halaman *Store*, keranjang pemesanan menu, *voucher* jika diklik akan mengarah ke halaman *Vouchers*, jumlah poin yang dimiliki *customer* yang dapat diklik dan akan mengarah ke halaman *Rewards*, banner promo, dan akses cepat untuk tombol pemesanan menu. Pada halaman *Dashboard* menampilkan kategori fitur yang ada dalam aplikasi serta profil *customer*.



Gambar 4. 40 *Prototype C* Halaman *Home* dan *Dashboard*

c. Menu

Halaman Menu menampilkan daftar menu. *Customer* dapat mengklik menu yang ingin dipesan kemudian akan muncul informasi menu dan dapat melakukan *custom* menu sesuai yang *customer* inginkan. *Customer* dapat mengklik tombol *Pesan Sekarang* jika ingin segera memesan menu yang dipilih. Jika masih ingin menambah menu, *customer* dapat memasukkan menu yang saat ini dipilih ke dalam Keranjang terlebih dahulu kemudian kembali ke halaman Menu untuk menambah pesanan.

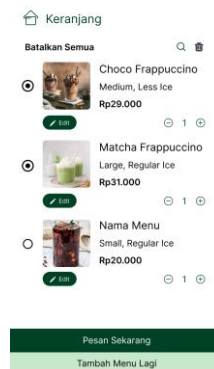


Gambar 4. 41 *Prototype C* Halaman Menu

d. Keranjang

Halaman Keranjang menampilkan daftar menu yang *customer* masukkan ke Keranjang. *Customer* dapat melakukan edit menu jika dirasa ada perubahan dengan mengklik tombol *Edit* pada menu yang ingin dirubah. *Customer* juga dapat melakukan hapus menu dengan memilih menu yang ingin dihapus kemudian mengklik tombol *Trash*. *Customer* dapat melakukan pemesanan dengan memilih menu yang akan dipesan kemudian mengklik tombol *Pesan Sekarang*, kemudian *customer* akan diarahkan menuju halaman *Check Out*. Jika *customer* masih ingin

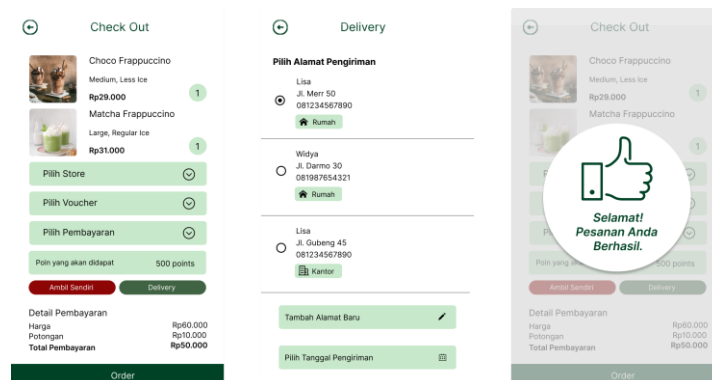
menambah menu, *customer* dapat mengklik tombol Tambah Menu Lagi, kemudian *customer* akan diarahkan ke halaman Menu.



Gambar 4. 42 *Prototype C* Halaman Keranjang

e. *Check Out Order*

Halaman *Check Out Order* menampilkan menu yang dipesan oleh *customer*. *Customer* harus mengisi informasi untuk kebutuhan *check out* seperti memilih *store*, memilih *voucher*, memilih jenis pembayaran yang akan dilakukan. Kemudian *customer* memilih jenis pemesanan antara Ambil Sendiri atau *Delivery*. Jika *Customer* memilih untuk *Delivery*, *customer* diarahkan kehalaman *Delivery* untuk memilih alamat pengiriman dan tanggal pengiriman. *Pop Up* kalender *delivery* dapat dilihat pada Gambar L7.2. Setelah itu *customer* dapat melakukan pemesanan dengan mengklik tombol *Oder*.



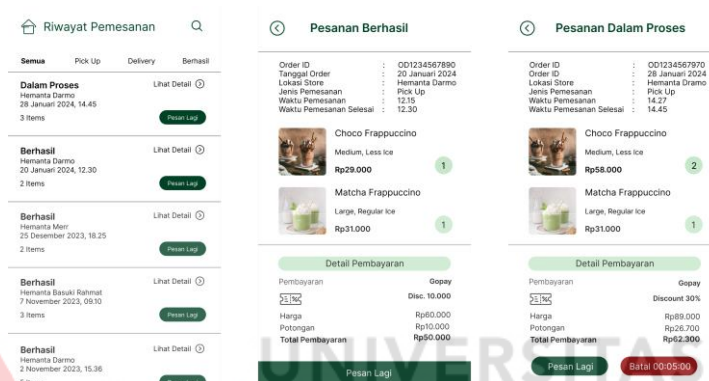
Gambar 4. 43 *Prototype C* Halaman *Check Out Order*

f. *Order Tracking*

Order tracking dapat dilihat pada Halaman Riwayat Pemesanan. *Customer* dapat melihat informasi pesannya masih Dalam Proses atau sudah Berhasil. Halaman Pesanan Berhasil menampilkan detail informasi pemesanan yang telah

berhasil. *Customer* dapat melakukan pemesanan kembali untuk menu yang sama dengan mengklik tombol Pesan Lagi kemudian akan diarahkan menuju halaman *Check Out*.

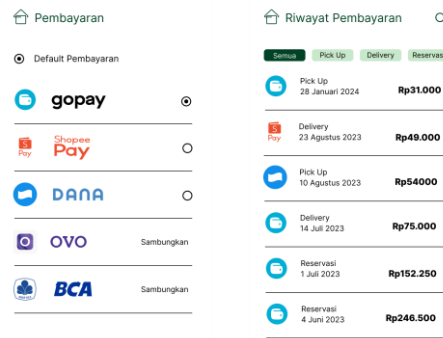
Halaman Pesanan Dalam Proses menampilkan detail informasi pemesanan *customer* yang masih dalam proses. *Customer* dapat melihat waktu pesanan akan selesai. *Customer* dapat melakukan pemesanan kembali menu yang sama dengan mengklik tombol Pesan Lagi kemudian akan diarahkan menuju halaman *Check Out*. *Customer* juga dapat melakukan pembatalan *order* selama masih dalam waktu yang disediakan dengan mengklik tombol Batal.



Gambar 4. 44 Prototype C Halaman Order Tracking

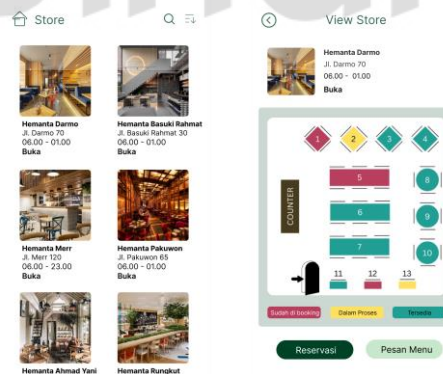
g. Payment

Halaman *Payment* menampilkan daftar *E-Wallet* dan pembayaran lainnya yang dimiliki oleh *customer*. Halaman Riwayat Pembayaran menampilkan daftar pembayaran yang telah dilakukan oleh *customer* berisi nominal pembayaran, tanggal pembayaran, dan jenis pembayaran.

Gambar 4. 45 Prototype C Halaman *Payment*

h. *View Café*

Halaman *Store* menampilkan daftar *café*. *Customer* dapat mengklik *café* yang ingin dilihat kemudian akan diarahkan menuju halaman *View Store*. Halaman *View Store* menampilkan detail informasi *café* seperti alamat, waktu operasi, informasi *café* buka atau tutup dan denah *café* yang menampilkan kondisi meja *café* apakah masih tersedia, sudah terreservasi, dan masih dalam proses reservasi. *Customer* dapat melakukan reservasi pada *store* yang dipilih dengan mengklik tombol *Reservasi* yang kemudian akan diarahkan menuju halaman *Reservasi*. *Customer* dapat melakukan pemesanan menu pada *store* yang dipilih dengan mengklik tombol *Pesan Menu* yang kemudian akan diarahkan menuju halaman *Menu*.

Gambar 4. 46 Prototype C Halaman *Store*

i. *Reservasi*

Untuk melakukan reservasi *customer* diminta untuk memilih *store*, tanggal reservasi, waktu reservasi, dan jumlah orang. Setelah itu *customer* dapat mengklik tombol *Cari*, kemudian akan muncul denah *store* yang dipilih. Pada denah tersebut menampilkan denah meja beserta informasi meja yang tersedia, sudah direservasi,

dan masih dalam proses reservasi. *Customer* dapat mengklik meja yang ingin di reservasi kemudian mengklik tombol Pilih/*Book* jika ingin melanjutkan proses reservasi. Setelah itu *customer* diarahkan menuju halaman Menu untuk memilih menu yang akan dipesan.

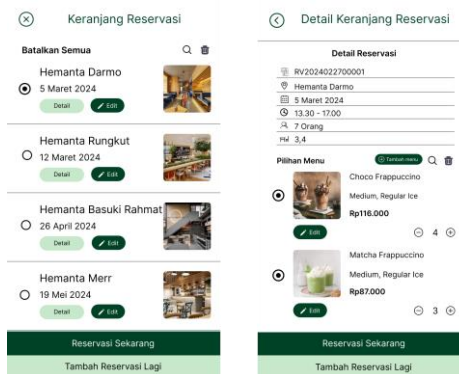


Gambar 4. 47 *Prototype C* Halaman Reservasi

j. Keranjang Reservasi

Halaman Keranjang menampilkan daftar reservasi yang *customer* masukkan ke Keranjang. *Customer* dapat melakukan edit reservasi jika dirasa ada perubahan dengan mengklik tombol Edit pada menu yang ingin dirubah. *Customer* juga dapat melakukan hapus reservasi dengan memilih reservasi yang ingin dihapus kemudian mengklik tombol *Trash*. *Customer* dapat melakukan *order* reservasi dengan memilih reservasi yang akan lakukan kemudian mengklik tombol Reservasi Sekarang, kemudian *customer* akan diarahkan menuju halaman *Check Out* Reservasi. Jika *customer* masih ingin menambah reservasi, *customer* dapat mengklik tombol Tambah Reservasi Lagi, kemudian *customer* akan diarahkan ke halaman Reservasi.

Pada halaman Detail Keranjang Reservasi menampilkan detil reservasi yang akan dilakukan *customer* seperti kode reservasi, *store* tempat reservasi, tanggal reservasi, waktu reservasi, jumlah orang, nomor meja reservasi, dan menu yang dipesan. *Customer* dapat menambah menu dengan mengklik tombol Tambah Menu kemudian akan diarahkan ke halaman Menu. *Customer* dapat melakukan *order* reservasi dengan mengklik tombol Reservasi Sekarang kemudian akan diarahkan ke halaman *Check Out* Reservasi untuk proses pembayaran. *Customer* juga dapat mengklik tombol Tambah Reservasi jika masih ingin menambah reservasi..



Gambar 4. 48 *Prototype C* Halaman Keranjang Reservasi

k. *Check Out* Reservasi

Pada halaman *Check Out* Reservasi menampilkan detil reservasi yang akan dilakukan *customer* seperti kode reservasi, *store* tempat reservasi, tanggal reservasi, waktu reservasi, jumlah orang, nomor meja reservasi, menu beserta jumlah yang dipesan, dan jumlah pembayaran dibayar oleh *customer*. *Customer* dapat memilih *voucher* yang dimiliki untuk dipakai, selanjutnya memilih jenis pembayaran. *Customer* bisa mendapatkan poin sebagai *rewards* dari transaksi yang dilakukan. Setelah itu *customer* bisa mengklik tombol *Order* untuk menyelesaikan proses reservasi.



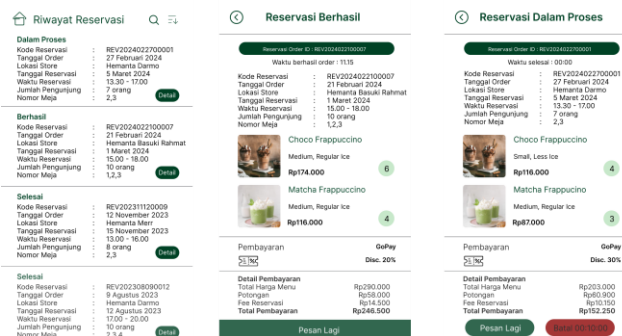
Gambar 4. 49 *Prototype C* Halaman *Check Out* Reservasi

1. Riwayat Reservasi

Pada Halaman Riwayat Pemesanan *customer* dapat melihat informasi reservasinya masih Dalam Proses atau sudah Berhasil. Halaman Reservasi Berhasil menampilkan detil informasi reservasi yang telah berhasil. *Customer* dapat melakukan pemesanan reservasi kembali untuk reservasi yang sama dengan mengklik tombol Pesan Lagi kemudian akan diarahkan menuju halaman *Check Out*

Reservasi. Reservasi dikatakan berhasil jika sudah selesai melakukan pembayaran dalam waktu yang diberikan.

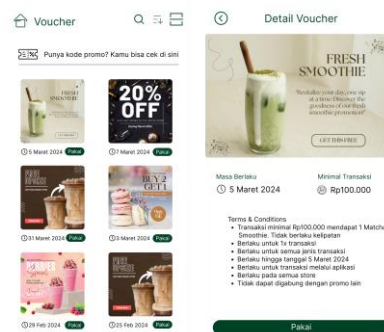
Halaman Reservasi Dalam Proses menampilkan detail informasi reservasi *customer* yang masih dalam proses. *Customer* dapat melakukan reservasi kembali untuk reservasi yang sama dengan mengklik tombol Pesan Lagi kemudian akan diarahkan menuju halaman *Check Out*. *Customer* juga dapat melakukan pembatalan reservasi selama masih dalam waktu yang disediakan dengan mengklik tombol Batal.



Gambar 4. 50 *Prototype C* Halaman Riwayat Reservasi

m. Vouchers

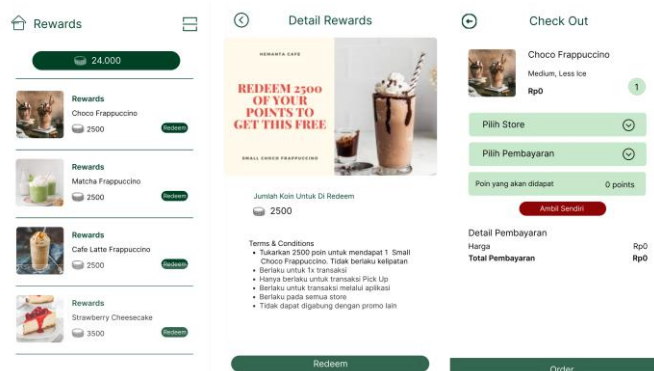
Halaman *Vouchers* menampilkan daftar *vouchers* yang dimiliki oleh *customer*. *Customer* dapat melihat detail *voucher* dengan mengklik *voucher* yang ada. Halaman *Detail Voucher* menampilkan detail *voucher* seperti masa berlaku *voucher*, jumlah minimal transaksi yang harus dilakukan untuk dapat menggunakan *voucher* tersebut, serta syarat dan ketentuan penggunaan *voucher*. *Customer* dapat menggunakan *voucher* dengan mengklik tombol Pakai, kemudian akan diarahkan menuju halaman Menu. *Customer* juga bisa menggunakan *voucher* saat melakukan *check out order* menu ataupun reservasi.



Gambar 4.51 *Prototype C* Halaman *Vouchers*

n. Rewards

Halaman *Rewards* menampilkan jumlah poin yang dimiliki *customer*, dan daftar menu yang bisa *diredeem* dengan menggunakan poin yang dimiliki. *Customer* dapat melihat detail *rewards* dengan mengklik *rewards* yang ingin dilihat. Halaman *Detail Rewards* menampilkan informasi jumlah poin yang harus *diredeem* untuk dapat menggunakan *rewards*, serta syarat dan ketentuan penggunaan *rewards*. *Customer* dapat mengklik tombol *Redeem* untuk bisa menggunakan *rewards*, kemudian *customer* akan diarahkan menuju halaman *Check Out*.



Gambar 4. 52 *Prototype C* Halaman *Rewards*

4.3.2 Evaluasi Akhir

Evaluasi akhir ini menguji *prototype C* menggunakan *usability testing*. Pengujian dilakukan kepada responden dengan kriteria yang sama dengan *A/B testing*. Responden diberikan beberapa tugas yang perlu dilakukan dalam rangka pengujian, dan masing-masing tugas akan dikerjakan oleh lima responden. Berikut adalah tugas yang diberikan:

Tabel 4. 3 Skenario Tugas Evaluasi

No	Skenario Tugas Evaluasi
Task 1	Melakukan pemesanan menu.
Task 2	Melakukan reservasi.
Task 3	Melihat kondisi <i>café</i> .
Task 4	Melihat riwayat transaksi

Tugas diberikan melalui bantuan *platform* Maze. Dari tugas yang diberikan, berikut adalah hasilnya:

Tabel 4. 4 Hasil Evaluasi Skenario Tugas

No	Skenario Tugas Evaluasi	Hasil Dari Maze			
Task 1	Melakukan pemesanan menu.	♀ 0% Direct success	⚡ 20% Mission unfinished	👁️ 60.3% Misclick rate	🕒 140.3s Avg duration
Task 2	Melakukan reservasi.	♀ 0% Direct success	⚡ 0% Mission unfinished	👁️ 38.7% Misclick rate	🕒 103.5s Avg duration
Task 3	Melihat kondisi <i>café</i> .	♀ 80% Direct success	⚡ 0% Mission unfinished	👁️ 25.7% Misclick rate	🕒 13.3s Avg duration
Task 4	Melihat riwayat transaksi	♀ 40% Direct success	⚡ 0% Mission unfinished	👁️ 43.2% Misclick rate	🕒 21.4s Avg duration

Berdasarkan pengujian melalui *platform* Maze yang diikuti oleh 5 responden didapati 0% *direct success* pada *Task 1* dan *Task 2* dikarenakan responden berhasil melakukan task melalui *path* yang berbeda dengan yang diharapkan penulis, hal ini menyebabkan terdapat responden yang tergolong dalam *mission unfinished*. Pada *Task 3* didapati 80% *direct success rate*, yang menunjukkan 80% responden yang berhasil melakukan task sesuai dengan *path* yang diharapkan penulis. Pada *Task 4* didapati 40% *direct success rate* yang berarti 60% dari responden berhasil menyelesaikan *task* sesuai dengan *path* yang diharapkan penulis. Pada *platform* Maze dapat melihat *heatmaps* yang menampilkan bagian-bagian yang diklik oleh responden. Dari *heatmaps* ini dapat diketahui *path* yang dilalui oleh responden sehingga dapat dilakukan perbaikan desain yang menyesuaikan responden.

Setelah melakukan tugas yang diberikan, koresponden mengisi pertanyaan *review* sebanyak 14 pertanyaan berdasarkan panduan *usability testing*. Setiap pertanyaan diberi pembobotan menggunakan skala likert 5 poin seperti pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Keterangan Skala *Likert*

No	Keterangan	Poin
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Untuk menghitung skor *usability testing* dilakukan perkalian skala dengan setiap jumlah responden pada setiap atribut pertanyaan.

$$\text{Rata - rata atribut} = \frac{\sum \text{skala} \times \text{jumlah responden}}{\sum \text{total responden}}$$

Setelah mendapat skor pada masing-masing atribut, selanjutnya dilakukan penghitungan rata-rata total nilai dengan menjumlah semua skor kemudian dibagi dengan jumlah atribut pertanyaan.

$$\text{Nilai rata - rata skor akhir} = \frac{\sum \text{rata - rata atribut}}{\sum \text{jumlah pertanyaan}}$$

Nilai rata-rata skor akhir akan dikategorikan sesuai interval nilai pada Tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4. 6 Kategori Kriteria

No	Interval Nilai	Kriteria
1	$0 < 1$	Sangat Kurang Baik
2	$1 < 2$	Kurang Baik
3	$2 < 3$	Cukup Baik
4	$3 < 4$	Baik
5	$4 \leq 5$	Sangat Baik

Hasil *usability testing* dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4. 7 Hasil *Usability Testing*

No	Aspek Usability	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Skor	Skor per Kategori
A1	Kemudahan (A)	Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , aplikasi ini mudah digunakan.	0	0	1	3	1	4	4,2
A2		Tanpa panduan tertulis, berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , aplikasi ini mudah dipahami bagaimana mengoperasikannya.	0	1	0	3	1	3,8	
A3		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , simbol, ikon, dan gambar pada aplikasi mudah dipahami.	0	0	1	2	2	4,2	
A4		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , aplikasi ini memiliki <i>font</i> yang mudah dibaca.	0	0	0	1	4	4,8	
B1	Efisiensi (B)	Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , proses pemilihan dan pemesanan menu dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat.	0	0	0	4	1	4,2	3,8
B2		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , proses mendapatkan meja lebih mudah dengan reservasi	0	0	0	4	1	4,2	

No	Aspek Usability	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Skor	Skor per Kategori
		yang dapat dilakukan dengan cepat.							
B3		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , proses menemukan informasi kondisi <i>cafe</i> dapat dilakukan dengan cepat yang membantu anda dalam pemilihan <i>café</i> .	0	1	3	1	0	3	
C1	Kemudahan diingat (C)	Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , setelah lama tidak menggunakan aplikasi ini anda akan mudah mengenalinya dan mudah mengoperasikan kembali.	0	1	3	1	0	3	3,4
C2		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , navigasi pada aplikasi ini mudah diingat.	0	0	1	4	0	3,8	
D1	Error (D)	Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , anda merasa tidak ada hambatan saat menggunakan aplikasi ini.	0	0	1	3	1	4	4,1
D2		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , anda tidak menemukan fitur yang eror.	0	0	1	2	2	4,2	
E1	Kepuasan (E)	Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , aplikasi ini menyenangkan dan akan menggunakan aplikasi ini.	0	0	1	4	0	3,8	4
E2		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , anda merasa nyaman saat menggunakan aplikasi ini.	0	0	2	1	2	4	
E3		Berdasarkan desain <i>interface</i> Aplikasi Reservasi <i>Café</i> , penggunaan warna dan tata letak konten nyaman untuk dilihat.	0	0	1	2	2	4,2	
Rata-rata skor								3,94	

Berdasarkan perhitungan diatas, desain *interface* aplikasi Reservasi *Café* mendapatkan nilai rata-rata skor 3,94 yang masuk dalam kategori baik.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian “Perancangan *UI/UX* aplikasi reservasi *café* berbasis *mobile* dengan penerapan metode *Lean UX*” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menghasilkan 10 desain fitur yang dirancang. Terdapat 4 desain fitur *prototype A* dan 8 desain fitur *prototype B* yang terpilih untuk dilanjutkan ke *prototype C*. 4 *prototype A* yaitu, halaman keranjang, reservasi, riwayat reservasi, dan *rewards*. 8 *prototype B* yaitu, halaman profil *customer*, menu, *check out*, *tracking order*, *payment*, *view café*, keranjang reservasi, *check out* reservasi, dan *voucher*.
2. Berdasarkan lima aspek *usability testing* pada pengujian rancangan *prototype C UI/UX* aplikasi reservasi *café* didapatkan hasil skor aspek kemudahan sebesar 4,2 yang masuk pada kategori sangat baik, aspek efisiensi mendapat skor sebesar 3,8 yang masuk pada kategori baik, aspek kemudahan diingat mendapat skor sebesar 3,4 yang masuk pada kategori baik, aspek eror mendapat skor sebesar 4,1 yang masuk pada kategori sangat baik, aspek kepuasan didapati skor sebesar 4 yang masuk pada kategori sangat baik.
3. Didapatkan hasil skor akhir *usability testing* dengan menerapkan skala *likert 5* poin sebesar 3,94 pada evaluasi akhir. Skor ini menunjukkan bahwa keseluruhan rancangan *UI/UX* reservasi *café* masuk pada kategori baik.
4. Berdasarkan hasil evaluasi akhir 84% responden merasa lebih mudah dalam memilih menu, 76% responden bersedia untuk menggunakan aplikasi reservasi *café* jika tersedia, 84% responden merasa lebih mudah untuk mendapatkan tempat duduk dengan adanya fitur reservasi *café*, 60% responden lebih mudah mendapat informasi kondisi *café* yang dapat membantu responden untuk memutuskan *store* mana yang akan dikunjungi.

5.2 Saran

Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan implementasi *UI/UX* berupa perancangan aplikasi *mobile* baik untuk *android* maupun *IOS* sehingga aplikasi

reservasi *café* dapat digunakan oleh pengusaha *café* untuk mendukung bisnisnya. Bisa menambahkan fitur yang belum dibuat yaitu pembatalan reservasi, yang kemudian *customer* dapat melakukan retur dari pembayaran yang telah dilakukan.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, Hartarto. 2019. *Kementrian Perindustrian Republik Indonesia*. Februari 18. <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu->.
- Apptimize. 2020. "The Definitive Guide to A/B Testing Digital Products." *Apptimize*.
- Baker, Kristen. 2020. *The Ultimate Guide to Designing for the User Experience*. Hubspot.
- Benyon, David. 2019. "Designing User Experience." In *Designing User Experience*, by David Benyon. Britania Raya: Pearson Educacion.
- Cuello, Javier, and Jose Vittone. 2013. "Designing Mobile Apps." In *Designing Mobile Apps*, by José Vittone Javier Cuello. Smashing Media.
- Febrianty, dkk. 2020. *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum, & Bisnis Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Gothelf, Jeff, and Josh Seiden. 2016. *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.
- Hakim, Dayan, and Yoyo Sudaryo. 2022. *Manajemen Investasi dan Teori Portofolio*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Harris, Patricia. 2017. "What Is User Interface." In *What Is User Interface*, by Patricia Harris. New York: PowerKids Press.
- Kemenperin. 2021. April 19. Accessed September 1, 2021. <https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan-Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital>.
- Klein, Laura. 2018. *UX for Lean Startups Faster, Smarter User Experience Research and Design*. Sebastopol, California: O'Reilly Media.
- Marhaeni, Harmawanti, Serly Hasibuan, and Naning Tri Suhesti. 2022. "Statistik Penyedia Makan Minum." *Badan Pusat Statistik - Catalog:8204008*.
- Maulana, Ahid. 2021. *softwareseni*. 10 26. Accessed 12 23, 2022. <https://www.softwareseni.co.id/blog/aplikasi-restoran-bisnis-f-and-b>.
- Nielsen, Jakob. 2012. *Nielsen Norman Group logoNielsen Norman Group*. Januari 3. Accessed Januari 30, 2024. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>.

- Nylanden, J. 2018. "The Future of A/B Testing in Social Network Advertising." In *The Future of A/B Testing in Social Network Advertising*, by J Nylanden. Aalto University School of Business.
- Purnaya, I Gusti Ketut. 2016. *Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Putra, Yogi Irdes, Muhammad Hakiki, Ridoh Ahmad, Fauziah, Radinal Fadli, and Sundahry. 2022. *Konsep Interaksi Manusia dan Komputer*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Ranguti, F. 2015. *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, M. Afif, and Agus B Siswanto. 2019. *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Salisbury, Mark. 2019. *Socrates Digital for Learning and Problem Solving*. Pennsylvania: IGI Global.
- Shneiderman, B. 2005. "Designing the User Interface." In *Designing the User Interface*, by B Shneiderman. USA: Person Education Inc.
- Silalahi, Marto, Imas Komariyah, Anggri Puspita Sari, and dkk. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen dan Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto. 2009. "Interaksi Manusia dan Komputer edisi 2." In *Interaksi Manusia dan Komputer edisi 2*, by Susanto. Andi.
- Tariq, Faisal. 2018. "Mobile Apps Engineering." In *Mobile Apps Engineering*, by Faisal Tariq. Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Widarti, Peni. 2022. *Bisnis.com*. Agustus 27. Accessed September 6, 2022. <https://surabaya.bisnis.com/read/20220827/532/1571085/industri-kafe-restoran-jatim-diyakini-tumbuh-30-persen>.