

**PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA WEB
PEMESANAN MAKANAN STUDI KASUS: *E-COMMERCE* PT
KDM**

Skripsi



oleh

ARYASASTA DHARMA SAGALA

71170169

PROGRAM STUDI INFORMATIKA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aryasasta Dharma Sagala
NIM : 71170169
Program studi : Informatika
Fakultas : Fakultas Teknologi Informasi
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA WEB PEMESANAN
MAKANAN STUDI KASUS: E-COMMERCE PT KDM”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 21 November 2021

Yang menyatakan



(Aryasasta Dharma Sagala)

71170169

**PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA WEB
PEMESANAN MAKANAN STUDI KASUS: *E-COMMERCE* PT
KDM**

Skripsi



Diajukan kepada Program Studi Informatika Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Duta Wacana
Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Komputer

Disusun oleh

ARYASASTA DHARMA SAGALA

71170169

PROGRAM STUDI INFORMATIKA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA WEB PEMESANAN
MAKANAN
STUDI KASUS : E-COMMERCE PT KDM**

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Komputer pada pendidikan Sarjana Program Studi Informatika Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi keserjanaan di lingkungan Universitas Kristen Duta Wacana maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari skripsi lain, saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar keserjanaan saya.

Yogyakarta, 21 Oktober 2021



ARYASASTA DHARMA SAGALA
71170169

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA
WEB PEMESANAN MAKANAN
STUDI KASUS : E-COMMERCE PT KDM

Nama Mahasiswa : ARYASASTA DHARMA SAGALA

N I M : 71170169

Matakuliah : Skripsi (Tugas Akhir)

Kode : TI0366

Semester : Gasal


Tahun Akademik : 2021/2022

Telah diperiksa dan disetujui di
Yogyakarta,
Pada tanggal 21 Oktober 2021

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Restyandito, S.Kom.,MSIS, Ph.D


Kristian Adi Nugraha, S.Kom., M.T.

HALAMAN PENGESAHAN

PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA WEB PEMESANAN MAKANAN STUDI KASUS : E-COMMERCE PT KDM

Oleh: ARYASASTA DHARMA SAGALA / 71170169

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Informatika Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Duta Wacana - Yogyakarta
Dan dinyatakan diterima untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Komputer
pada tanggal 21 Oktober 2021

Yogyakarta, 21 Oktober 2021
Mengesahkan,

Dewan Penguji:

1. Restyandito, S.Kom.,MSIS, Ph.D
2. Kristian Adi Nugraha, S.Kom., M.T.
3. Budi Sutedjo D. O, S.Kom., M.M.
4. R. Gunawan Santosa, Drs. M.Si.



Digitally signed by
R. Gunawan
Santosa
Date: 2021.11.01
11:34:44 +0700



Dekan

(Restyandito, S.Kom.,MSIS, Ph.D.)

Ketua Program Studi



(Gloria Virginia, Ph.D.)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan, penyertaan serta anugerah-Nya, penulis mampu merampungkan skripsi yang berjudul “Peningkatan Usabilitas Antarmuka Web Pemesanan Makanan Studi Kasus: E-Commerce PT KDM” dengan baik. Maksud dari penelitian ini yaitu demi memenuhi salah satu syarat kelulusan serta memperoleh gelar Sarjana Komputer di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

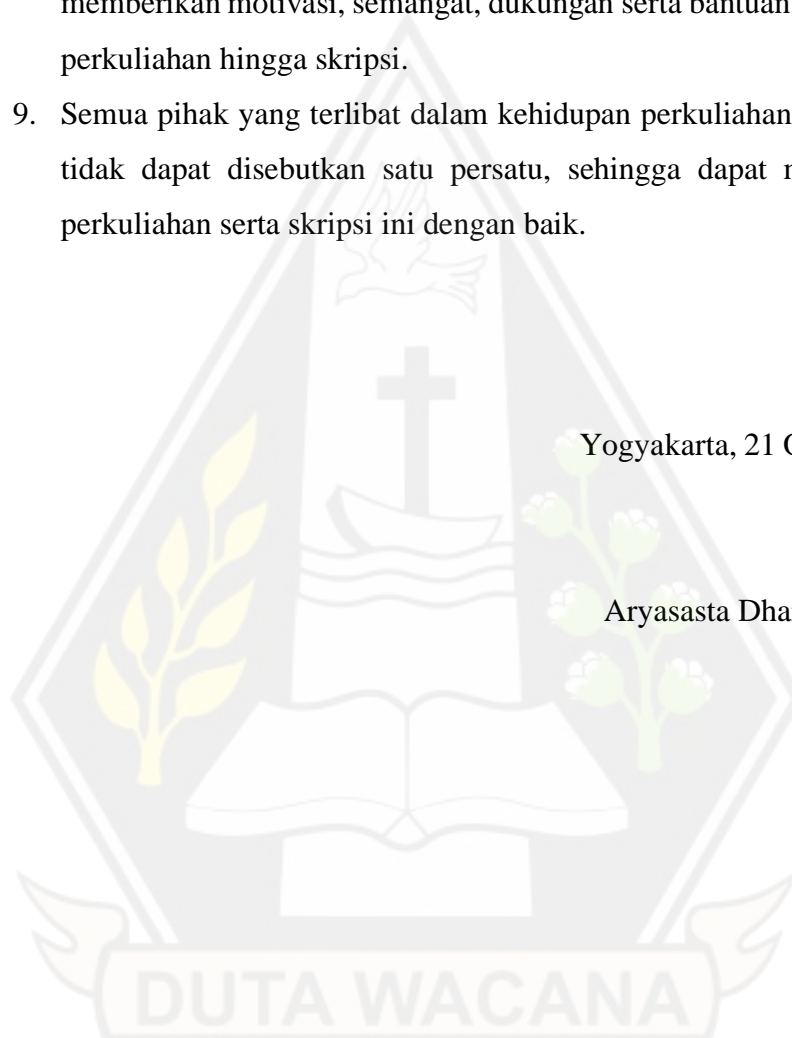
Penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dari cara penulisan, penggunaan bahasa, serta pembahasan karena kurangnya pengalaman, wawasan serta kemampuan menulis. Oleh karena itu, berbagai kritik dan masukan yang membangun diharapkan dapat menyempurnakan skripsi ini. Selama proses penyusunan laporan skripsi ini, banyak bantuan serta dukungan dalam bentuk material maupun nonmaterial, karena itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, untuk segala kemurahan, berkat, serta penyertaan-Nya bagi penulis dalam proses penelitian serta penyusunan laporan skripsi ini.
2. Keluarga penulis dengan segala kasih sayang, dukungan serta motivasi bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi serta pendidikan di jenjang kuliah dengan baik.
3. Bapak Restyandito, S.Kom, MSIS., Ph.D, sebagai Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana serta dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan serta memberikan kritik dan saran selama pengerjaan skripsi ini.
4. Ibu Gloria Virginia, S.Kom., MAI., Ph.D, sebagai Kepala Program Studi Informatika
5. Bapak Antonius Rachmat Chrismanto, S.Kom., M.Cs. sebagai Dosen Koordinator Skripsi Informatika.
6. Bapak Kristian Adi Nugraha, S.Kom, M.T sebagai dosen pembimbing

7. yang dengan sabar membimbing, mengarahkan serta memberikan kritik dan saran selama pengerjaan skripsi ini.
8. Teman dekat penulis yaitu Riko Gusjakal Muran, Wildan Kristian Mahardika, Kadek Doni Hendrawan, Nathania Saphira, Wegig Arok Priambodo serta Cindy Clara Alvionita yang tak henti-hentinya memberikan motivasi, semangat, dukungan serta bantuan selama proses perkuliahan hingga skripsi.
9. Semua pihak yang terlibat dalam kehidupan perkuliahan penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan serta skripsi ini dengan baik.

Yogyakarta, 21 Oktober 2021

Aryasasta Dharma Sagala



INTISARI

PENINGKATAN USABILITAS ANTARMUKA WEB PEMESANAN MAKANAN STUDI KASUS: E-COMMERCE PT KDM

Situs web food KDM adalah salah satu situs jual beli produk makanan dan minuman. Sebagai situs yang meraup keuntungan dari penjualan produk makanan dan minuman, tentu saja pengalaman pengguna dalam menggunakan situs perlu untuk diperhatikan. Karena itu, peningkatan usability perlu dilakukan agar mempermudah pengguna ketika menggunakan situs.

Dalam penelitian ini, peningkatan usability dilakukan dengan memperbaiki tampilan antarmuka dari situs. Lalu untuk mengetahui besarnya peningkatan pada usability, maka akan dilakukan pengukuran menggunakan *performance based metrics* dan *system usability scale*. Pengukuran *task success* dilakukan dengan cara melihat apakah responden berhasil atau gagal dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Pengukuran *time on task* dilakukan dengan cara memperhatikan seberapa lama waktu yang diperlukan oleh responden untuk menyelesaikan tugas yang diberikan. Pengukuran *error* dilakukan dengan memperhatikan berapa kali kesalahan dilakukan oleh responden selama mengerjakan tugas yang diberikan. Lalu untuk mengukur *efficiency* dilakukan dengan menghitung kombinasi antara *task success* dan *time on task*.

Mengacu pada pengujian yang telah dilakukan, maka ditemukan hasil bahwa peningkatan usability antarmuka telah berhasil. Hal ini terbukti dengan naiknya tingkat usability dengan mengkombinasikan *task success*, *time on task*, *error* serta *system usability scale* yang awalnya sebesar 60% menjadi 68%. Untuk nilai *efficiency* sendiri juga mengalami kenaikan yang awalnya hanya sebesar 52,6325% mengalami kenaikan menjadi 66,9796%

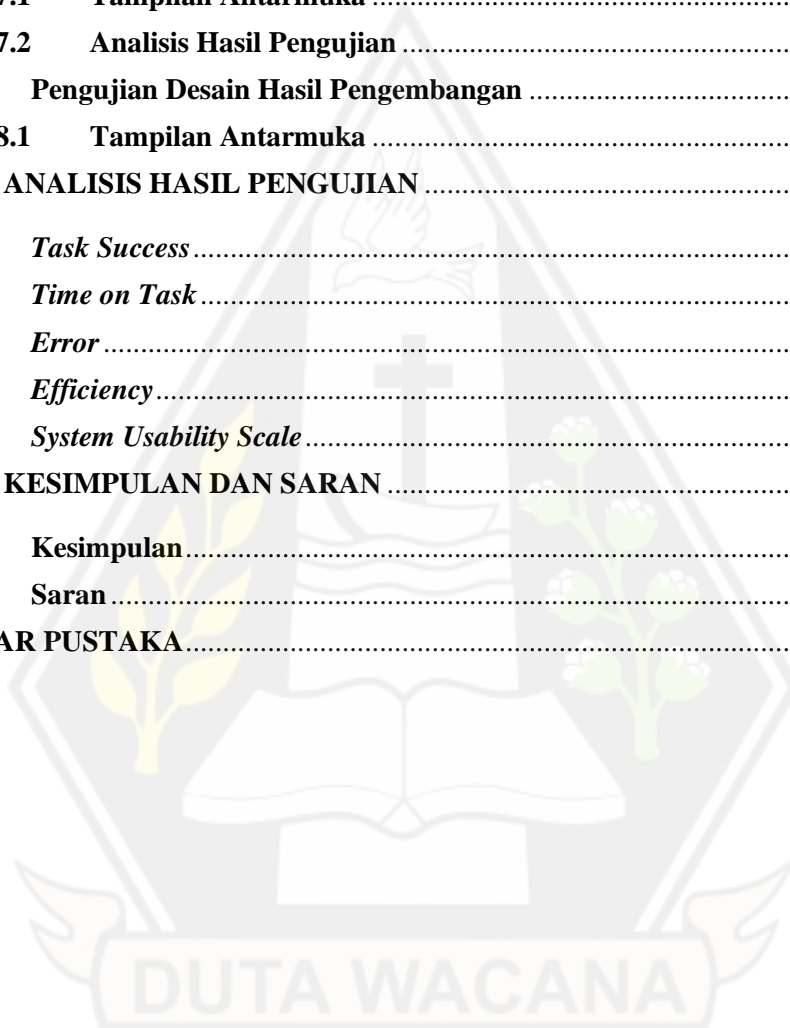
Kata kunci: *Usability Testing, Performance Based Metrics, System Usability Scale,*
Peningkatan Usabilitas



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
INTISARI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Metodologi Penelitian	4
1.6.1 Metode Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1 E-Commerce	7
2.2.2 Antarmuka	8
2.2.3 Usabilitas	8
2.2.4 Prototyping	9
BAB 3 RANCANGAN DAN ANALISIS PENELITIAN	11
3.1. Objek Penelitian	11
3.2. Subjek Penelitian	14
3.3. Metode Penelitian	18
3.3.1 Pengujian Tugas Skenario	18
3.3.2 Perancangan Evaluasi Sistem	24

3.4.	Prosedur Penelitian	28
3.5.	Kebutuhan	28
3.5.1	Kebutuhan Perangkat Keras	28
3.5.2	Kebutuhan Perangkat Lunak	29
3.6	Use Case Diagram Sistem	29
3.7	Pengujian Desain Awal	36
3.7.1	Tampilan Antarmuka	36
3.7.2	Analisis Hasil Pengujian	39
3.8	Pengujian Desain Hasil Pengembangan	47
3.8.1	Tampilan Antarmuka	47
BAB 4	ANALISIS HASIL PENGUJIAN	53
4.1	<i>Task Success</i>	53
4.2	<i>Time on Task</i>	64
4.3	<i>Error</i>	71
4.4	<i>Efficiency</i>	75
4.5	<i>System Usability Scale</i>	77
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Dummy Halaman Beranda	12
Gambar 3.2 Dummy Halaman Detail Toko	12
Gambar 3.3 Dummy Halaman Checkout	13
Gambar 3.4 Dummy Halaman Thank You.....	13
Gambar 3.5 Dummy Halaman Login	14
Gambar 3.6 Dummy Halaman Registrasi.....	14
Gambar 3.7 Ilustrasi Task Success (Tullis & Albert, 2013)	25
Gambar 3.8 Perbandingan dari adjective ratings, acceptability scores, dan school grading scale dalam hubungannya dengan rata-rata skor SUS (Bangor et al, 2009)	27
Gambar 3.9 Use Case Diagram	30
Gambar 3.10 Masalah fitur toko sekitar dan pencarian di beranda.....	37
Gambar 3.11 Masalah kategorisasi dan card product di beranda.....	37
Gambar 3.12 Masalah kategorisasi produk dan card product di detail toko	38
Gambar 3.13 Masalah rangkuman belanja tidak ikut terscroll	38
Gambar 3.14 Masalah popup detail produk	39
Gambar 3.15 Halaman Beranda Desain Pengembangan (Pencarian, Toko Sekitar & Kategorisasi)	49
Gambar 3.16 Halaman Beranda Desain Pengembangan (Fitur Sorting dan Card Produk)	49
Gambar 3.17 Halaman Detail Toko Hasil Pengembangan	50
Gambar 3.18 Perubahan Alur Halaman Checkout	51
Gambar 3.19 Popup Detail Produk Hasil Pengembangan	52
Gambar 4.1 Grafik Perbandingan Task Success Responden Berulang.....	54
Gambar 4.2 Grafik Perbandingan Task Success Responden Baru	59
Gambar 4.3 Perbandingan Task Success Kedua Kelompok Responden	64
Gambar 4.4 Grafik Perbandingan Task on Time Responden Berulang.....	67
Gambar 4.5 Grafik Perbandingan Time on Task Responden Baru.....	70
Gambar 4.6 Grafik Perbandingan Time on Task Kedua Jenis Responden	71
Gambar 4.7 Grafik Perbandingan Error Kedua Kelompok Responden	75
Gambar 4.8 Grafik Perbandingan Efficiency Kedua Kelompok Responden	77
Gambar 4.9 Grafik Perbandingan Skor SUS Kedua Kelompok Responden.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Deskripsi Statistik Responden Pengujian Tahap Awal.....	16
Tabel 3.2 Deskripsi Statistik Responden Pengujian Tahap Pengembangan	16
Tabel 3.3 Daftar Responden yang Menguji Kedua Tampilan Antarmuka.....	17
Tabel 3.4 Tabel Daftar Skenario Tugas Pengujian Awal	18
Tabel 3.5 Daftar Skenario Tugas Pengujian Pengembangan.....	21
Tabel 3.6 Kuesioner SUS bahasa Indonesia (Sharfina, Z. & Santoso, H. B., 2016).....	23
Tabel 3.7 Use Case Sign Up	31
Tabel 3.8 Use Case Sign Up	31
Tabel 3.9 Use case melihat detail toko.....	32
Tabel 3.10 Use case mencari produk.....	33
Tabel 3.11 Use case melihat detail produk.....	33
Tabel 3.12 Use case memesan produk	33
Tabel 3.13 Use case melihat daftar transaksi	34
Tabel 3.14 Use case membayar pesanan	34
Tabel 3.15 Use case sign out.....	35
Tabel 3.16 Ringkasan Task Success Tahap Awal	39
Tabel 3.17 Ringkasan Time on Task Tahap Awal	43
Tabel 3.18 Ringkasan Error Tahap Awal	46
Tabel 3.19 Ringkasan Efficiency Pengujian Tahap Awal	47
Tabel 3.20 Ringkasan Hasil SUS Tahap Pengujian Awal	47
Tabel 4.1 Perbandingan Task Success Responden Berulang.....	53
Tabel 4.2 Rangkuman Perbandingan Task Success Responden Baru	58
Tabel 4.3 Rangkuman Time on Task Responden Berulang Desain Pengembangan.....	64
Tabel 4.4 Perbandingan Data Time on Task Responden Berulang	66
Tabel 4.5 Rangkuman Time on Task Responden Baru	67
Tabel 4.6 Perbandingan Time on Task Responden Baru.....	69
Tabel 4.7 Hasil Error Responden Berulang.....	71
Tabel 4.8 Hasil Error Responden Baru	73
Tabel 4.9 Perbandingan Error Kedua Kelompok Responden	74
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Efficiency Responden Berulang.....	76
Tabel 4.11 Rangkuman Efficiency Responden Baru.....	76
Tabel 4.12 Perbandingan Efficiency Pada Kedua Kelompok Responden	77
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil SUS Responden Berulang	78
Tabel 4.14 Ringkasan SUS Responden Baru	78
Tabel 4.15 Perbandingan Skor SUS Kedua Kelompok Responden.....	78

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, banyak perusahaan saat ini yang mulai menjajakan produknya secara daring, padahal sebelumnya masih menggunakan cara tradisional yaitu menjajakan produk langsung ditempat. Metode menjajakan produk secara daring dipilih karena tingkah laku konsumen yang mulai berubah, yang lebih menyukai berbelanja secara daring karena kemudahan dalam berbelanja serta harga yang bersaing. Dengan kata lain, kemudahan yang ditawarkan akan memudahkan para karyawan serta *urban family* yang umumnya tidak memiliki banyak waktu untuk pergi ke pusat perbelanjaan (Bappeda Bengkalis, 2018). Perubahan ini juga didukung oleh data yang dilansir dari *datareportal* bahwa pada tahun 2019, penduduk Indonesia yang merupakan pengguna internet aktif dengan rentang usia 16 – 64 tahun, melakukan pencarian produk secara daring atau layanan untuk membeli sebanyak 96%, serta sebanyak 90% dari diantaranya telah berbelanja sebuah produk atau layanan secara daring (Kemp, S., Moey, S., 2019). Melihat peluang ini, perusahaan yang beralih untuk menjajakan produk secara daring, mulai membuat sebuah aplikasi atau situs web untuk menjajakan produknya. Dalam situs web terdiri fitur utama seperti pembelian produk dengan beberapa fitur tambahan misalnya voucher, diskon, serta fitur lainnya yang diharapkan dapat menggaet pelanggan.

Selain fitur yang ditawarkan, ada hal lain yang tidak kalah penting untuk diperhatikan agar pelanggan merasa nyaman dalam menggunakan situs, yaitu antarmuka dari situs itu sendiri. Kenapa antarmuka situs begitu penting untuk diperhatikan karena antarmuka adalah gerbang bagi pengguna ketika akan berinteraksi dengan situs web. Situs web yang baik adalah yang mudah digunakan oleh pengguna, sehingga situs web dengan tingkat usability yang baik adalah situs yang baik juga. Jakob Nielsen (2012) menyatakan bahwa usability adalah atribut kualitas yang digunakan dalam menilai seberapa mudah antarmuka digunakan oleh

pengguna, sehingga jika situs web sulit untuk digunakan maka pengguna akan meninggalkan situs tersebut.

Andika & Hati (2018), melakukan penelitian untuk menganalisis perbandingan kepuasan pelanggan minimarket KDM dengan AMRT di kota Batam. Penelitian ini mencakup aspek kepuasan pelanggan serta kualitas layanan, seperti kelengkapan barang, murahness harga barang dan lain-lain. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dari rata-rata nilai kualitas yang ada, minimarket KDM lebih unggul dengan nilai 102,205 dibanding minimarket AMRT dengan nilai rata-rata 94,13. Penelitian yang dilakukan oleh Kusnawati dkk (2018), yang berfokus untuk meneliti pengalaman pengguna pada situs web *e-commerce* PT KDM dengan situs web *ecommerce* PT AMRT, dengan menggunakan kuesioner UEQ. Mencapai kesimpulan bahwa persepsi responden lebih tinggi pada situs web *ecommerce* PT KDM. Ada 4 aspek dari situs web *ecommerce* PT KDM yang lebih tinggi dibandingkan kompetitornya, yaitu *attractiveness* dengan nilai 1,02 dibandingkan kompetitor yang hanya mencapai 0,82, *dependability* dengan nilai 0,84 dibanding kompetitor hanya mendapat nilai sebesar 0,74, *stimulation* dengan nilai 0,64 sedangkan kompetitor hanya mendapat nilai 0,30 serta aspek *novelty* dimana *ecommerce* KDM mendapat nilai 0,69 dibanding kompetitor yang hanya mendapat nilai sebesar 0,56, sedangkan situs web *e-commerce* PT AMRT lebih unggul dalam aspek *perspicuity* dengan nilai sebesar 1,24 dibanding kompetitornya hanya sebesar 0,94. Lalu ada aspek *efficiency* dengan nilai sebesar 1,19 dibanding kompetitor yang hanya mendapat nilai sebesar 1,05. Berdasarkan penelitian ini, dapat diketahui bahwa situs web *e-commerce* PT KDM masih kurang dalam hal usability, terbukti dengan lebih unggulnya *ecommerce* PT AMRT dalam aspek *perspicuity* dan *efficiency* yang menjadi bagian dari usability. Lalu, berdasarkan data Google Analytics dari situs web pemesanan makanan *e-commerce* PT KDM, pada 4 bulan pertama sejak peluncuran situs terdapat rata-rata pengunjung harian sebesar 3042 pengunjung. Kemudian dilakukan perubahan antarmuka secara besar-besaran untuk menyesuaikan produk dari supplier namun sayangnya, sejak peluncuran tampilan antarmuka yang baru, pengunjung harian situs berkurang jauh drastis menjadi 669 pengunjung per harinya. Terkadang ada beberapa komplain yang dilayangkan oleh

pengguna melalui media sosial *e-commerce* PT KDM yang berkaitan tentang sistem pada situs pemesanan makanan ini. Permasalahan yang disebutkan tentu harus diperhatikan dikarenakan pendapatan dari situs pemesanan makanan ini dapat turun karena berkurangnya penggunanya karena kesulitan dalam menggunakan situs. Sebagaimana diketahui bahwa produk yang diperjualbelikan adalah produk dengan *private brand* milik PT KDM. Oei Istijanto (2012), mengemukakan bahwa barang / produk *private brand* adalah produk yang dibeli oleh distributor / perusahaan dalam keadaan tanpa merek, lalu diberi merek oleh pihak distributor. Sehingga perlu diadakannya uji usabilitas serta optimalisasi usabilitas pada bagian yang dianggap mengurangi pengalaman pengguna lalu dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.

Berdasarkan masalah yang ditemukan, maka dilakukan peningkatan usabilitas antarmuka untuk situs pemesanan makanan *e-commerce* PT KDM dengan menggunakan *Performance Based Metrics*. Hasil penelitian yang didapatkan diharapkan mampu digunakan sebagai masukan dalam peningkatan usabilitas sehingga situs pemesanan makanan ini lebih mudah serta nyaman untuk digunakan serta dapat menambah jumlah pengunjung dari situs ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, sehingga rumusan masalah dari penelitian ini adalah meningkatkan usabilitas dari situs pemesanan makanan *e-commerce* PT KDM.

1.3. Batasan

1.3.1 Batasan Sistem

Batasan sistem yang ditetapkan hanya melingkupi versi aplikasi Oktober 2020 serta antarmuka laman beranda, detail toko, laman *checkout*, proses pembayaran, fitur pencarian produk, halaman login serta halaman registrasi. Adapun untuk fitur pembayaran hanya bersifat statis.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi masalah usability yang ada pada pada situs pemesanan makanan *e-commerce* PT KDM.
- b. Melakukan optimalisasi usability dengan melakukan desain ulang pada bagian yang dianggap perlu untuk diubah.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan untuk dicapai setelah melakukan penelitian ini adalah situs pemesanan makanan *e-commerce* PT KDM menjadi mudah untuk digunakan sehingga diharapkan membawa dampak terhadap meningkatnya penjualan produk dari situs pemesanan makanan *e-commerce* PT KDM.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Studi Literatur

Dilakukan studi pustaka dari berbagai sumber seperti artikel, buku, serta jurnal yang berkaitan dengan pengujian usability.

- b. Wawancara

Wawancara akan dilakukan terhadap pengguna maupun non pengguna dari situs web pemesanan makanan *e-commerce* PT. KDM, untuk mendapatkan informasi baru tentang fitur yang diinginkan oleh responden dan lain-lain.

- c. Pengujian dan Analisis

Pengujian dilakukan dengan uji usability demi mendapatkan data mengenai tingkat usability situs web pembelian makanan *e-commerce* PT. KDM. Dari data yang didapatkan, maka dilakukan analisis, kemudian diberikan rekomendasi dalam pengembangan situs berdasarkan dari hasil analisis yang didapatkan.

1.7. Sistematika Penulisan

Laporan ini terbagi atas lima bab, perinciannya sebagai berikut:

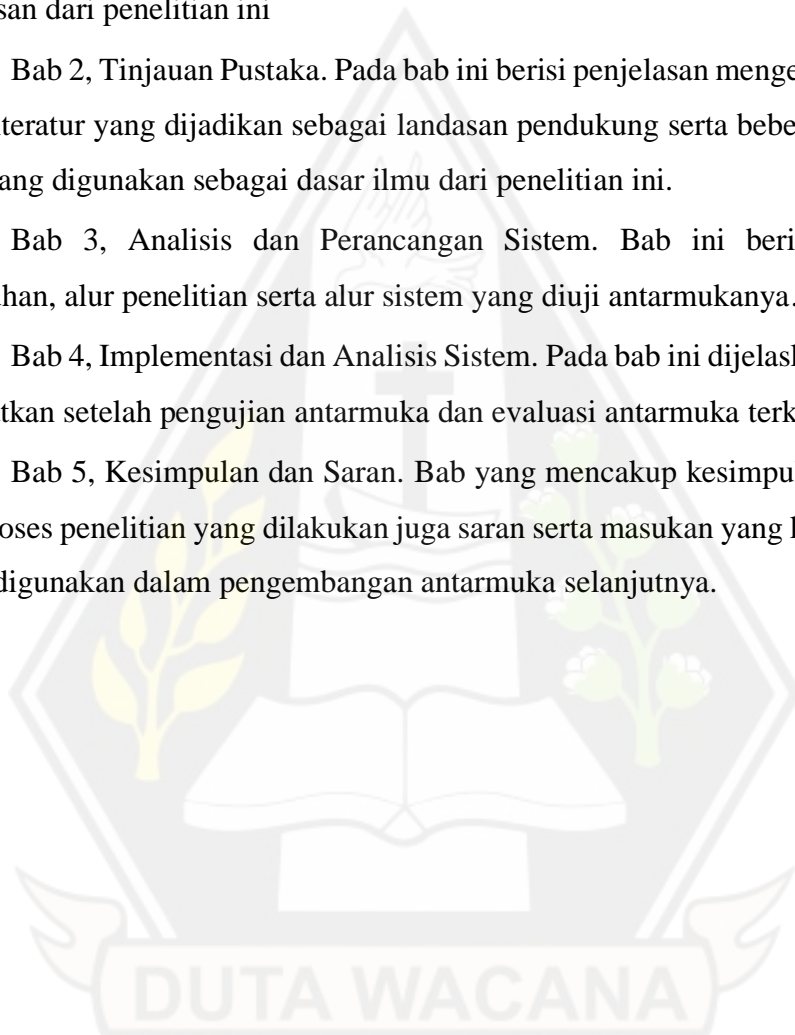
Bab 1, Pendahuluan. Pada bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, batasan pada masalah, tujuan diadakannya penelitian, metodologi yang digunakan dalam penelitian, serta sistematika penulisan dari penelitian ini

Bab 2, Tinjauan Pustaka. Pada bab ini berisi penjelasan mengenai penelitian serta literatur yang dijadikan sebagai landasan pendukung serta beberapa landasan teori yang digunakan sebagai dasar ilmu dari penelitian ini.

Bab 3, Analisis dan Perancangan Sistem. Bab ini berisi penjelasan kebutuhan, alur penelitian serta alur sistem yang diuji antarmukanya.

Bab 4, Implementasi dan Analisis Sistem. Pada bab ini dijelaskan hasil yang didapatkan setelah pengujian antarmuka dan evaluasi antarmuka terkait.

Bab 5, Kesimpulan dan Saran. Bab yang mencakup kesimpulan serta hasil dari proses penelitian yang dilakukan juga saran serta masukan yang kemudian hari dapat digunakan dalam pengembangan antarmuka selanjutnya.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan perbaikan tampilan antarmuka lalu melakukan pengujian, tibalah pada bagian kesimpulan bahwa usability antarmuka dari situs web pemesanan makanan PT. KDM berhasil ditingkatkan. Terbukti dengan naiknya tingkat usability dengan mengkombinasikan *task success*, *time on task*, *error* serta *system usability scale* yang awalnya sebesar 60% menjadi 68%. Untuk nilai *efficiency* sendiri juga mengalami kenaikan yang awalnya hanya sebesar 52,6325% mengalami kenaikan menjadi 66,9796%.

5.2 Saran

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga disarankan agar sistem ini dikembangkan dalam beberapa hal yaitu:

- Perbaikan posisi fitur pencarian pada halaman beranda
- Penambahan fitur filter berdasarkan harga pada halaman beranda dan detail toko
- Pada fitur toko sekitar, sebaiknya diberikan keterangan jenis toko
- Pada *time slot* halaman checkout, urutan waktu sebaiknya dibuat menurun, bukan diurutkan ke samping.
- Field token pada pembayaran CIMB Rekening Ponsel dipertegas lagi.
- Pada *popup* detail produk, diberikan tombol *close* agar tidak membuat bingung pengguna ketika ingin menutup detail produk.
- Untuk penelitian selanjutnya, fitur cek stok barang sebaiknya ikut diuji juga, penelitian ini tidak menguji fitur cek stok barang karena cukup sulit untuk diterapkan oleh peneliti karena ketika 1 toko habis stoknya, harus melakukan pengecekan lagi ke toko terdekat lainnya.
- Kenaikan usability sebesar 8% masih kurang signifikan dimana minimal signifikansi adalah sebesar 10%. Sehingga diharapkan pada penelitian

selanjutnya, dapat dilakukan peningkatan usabilitas antarmuka secara signifikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alasan Konsumen Indonesia Mulai Beralih ke Belanja Online*. (2018, Februari 05). Diambil kembali dari Bappeda Kabupaten Bengkalis: <https://bappeda.bengkaliskab.go.id/web/detailberita/614/2018/02/08/alasan-konsumen-indonesia-mulai-beralih-ke-belanja-online>
- Alvionita, C. C., Restyandito, & Nugraha, K. A. (2020). *Evaluasi Antarmuka B2C Situs Web Mygomodo.com dengan Uji Usabilitas*. Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana Program Studi Informatika.
- Andika, H., & Hati, S. W. (2018). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret dengan Alfamart di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol 6*, 119-134.
- Ani, N., Noprisson, H., & Ali, N. M. (2019). MEASURING USABILITY AND PURCHASE INTENTION FOR ONLINE TRAVEL BOOKING: A CASE STUDY. *Int. Rev. Appl. Sci. Eng.*, 165–171.
- Aprilia, P. (2020, April 23). *Mengenal User Interface: Pengertian, Kegunaan, dan Contohnya*. Diambil kembali dari Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/user-interface/>
- Azmi, M., Kharisma, A. P., & Akbar, M. A. (2019). Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus GrabFood). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol 3*, 7693-7972.
- Babich, N. (2017, November 29). *Prototyping 101: The Difference between Low-Fidelity and High-Fidelity Prototypes and When to Use Each*. Retrieved from Adobe Blog: <https://blog.adobe.com/en/publish/2017/11/29/prototyping-difference-low-fidelity-high-fidelity-prototypes-use.html#gs.zeukrq>
- Bähr, B. (2017). *Prototyping of User Interfaces for Mobile Applications*. Berlin: Springer International Publishing AG.
- Bangor, A., Kortum, P., & Miller, J. (2009). Determining What Individual SUS Scores Mean : Adding an Adjective Rating Scale. *Journal Of Usability Studies*, 114-123.

- Chen, J. (2020, May 29). *Business-to-Business*. Diambil kembali dari Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>
- Kemp, S., & Moey, S. (2019, September 18). *DIGITAL 2019 SPOTLIGHT: ECOMMERCE IN INDONESIA*. Diambil kembali dari Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-ecommerce-in-indonesia?rq=indonesia>
- Kenton, W. (2020, July 11). *Business-to-Consumer (B2C) Definition*. Diambil kembali dari Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp>
- Kusnawati, W., Rokhmawati, R. I., & Rachmadi, A. (2018). Analisis Pengalaman Pengguna pada Website E-Commerce (Studi pada klikindomaret.com dan alfacart.com). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol 2*, 3287-3292.
- Nayoan, A. (2019, October 13). *Apa itu Ecommerce? Kenali Semua Jenis dan Manfaatnya!* Diambil kembali dari Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/>
- Nielsen, J. (1997). Usability Testing. Dalam G. Salvendy, *HANDBOOK OF HUMAN FACTORS AND ERGONOMICS, FOURTH EDITION* (hal. 1291). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Nielsen, J. (2012, January 03). *Usability 101: Introduction to Usability*. Diambil kembali dari Nielsen Norman Group: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Oei, I. (2012, May 7). *Konsultasi Pemasaran: Private Label | SWA.co.id*. Diambil kembali dari SWA Consultation: [https://swa.co.id/consultation/konsultasi-pemasaran-private-label-2#:~:text=Private%20label%20atau%20private%20brand,Pulp%20and%20Paper%20\(APP\)%20selaku](https://swa.co.id/consultation/konsultasi-pemasaran-private-label-2#:~:text=Private%20label%20atau%20private%20brand,Pulp%20and%20Paper%20(APP)%20selaku)
- Sauro, J., & Lewis, J. R. (2012). *Quantifying the User Experience*. United States of America: Elsevier.
- Sauro, J., & Lewis, J. R. (2016). *Quantifying the User Experience Second Edition*. United States of America: Elsevier.
- Sergeev, A. (t.thn.). *ISO-9241 Efficiency Metrics*. Diambil kembali dari UI

Designer: <http://ui-designer.net/usability/efficiency.htm>

Sharfina, Z., & Santoso, H. B. (2016). An Indonesian Adaptation of the System Usability Scale (SUS). *ICACSYS*, 148-148.

Tarver, E. (2020, December 27). *Customer to Customer (C2C)*. Diambil kembali dari Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>

Tullis, T., & Albert, B. (2013). *Measuring the User Experience Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics*. Massachusetts: Elsevier Inc.

Wibowo, A., Santoso, H. B., Delima, R., Rachmat, A., & Meier, M. (2019). PENGUJIAN USABILITAS PORTAL DUTATANI MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA). *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Universitas Wahid Hasyim Semarang*, 1-12.

