



SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI *BEAUTY ECOMMERCE*
DENGAN FITUR *FACE SCAN* MENGGUNAKAN METODE
*DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

ZAID HILMI

0110219097

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

JAKARTA

OKTOBER 2022



**STT TERPADU
NURUL FIKRI**

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI *BEAUTY ECOMMERCE*
DENGAN FITUR *FACE SCAN* MENGGUNAKAN METODE
*DESIGN THINKING***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

STT NF
ZAID HILMI
0110219097

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

JAKARTA

OKTOBER 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi/Tugas Akhir ini adalah hasil karya penulis,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Zaid Hilmi

NIM : 0110219097

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Februari 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi/Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Zaid Hilmi

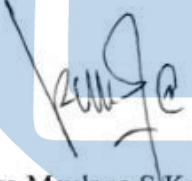

NIM : 0110219097

Program Studi : Teknik Informatika

Judul Skripsi : Perancangan UI/UX Aplikasi *Beauty Ecommerce* Berbasis
Mobile Menggunakan Aplikasi Figma

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana komputer pada Program Studi Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I	Penguji I
 Reza Maulana S.Kom., M.Kom	 Tifanny Nabarian, S.Kom, M.T.I

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 24 Februari 2023

S.T.T - NF

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi/Tugas Akhir ini. Penulisan skripsi/Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana komputer Program Studi Teknik Informatika pada Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi/tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Orang tua dan semua anggota keluarga yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian tugas ini.
3. Bapak Dr Lukman Rosyidi, S.T, M.M., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
4. Ibu Tifani Nabarian, S.Kom, M.T.I, selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
5. Bapak Hilmy Abidzar Tawakal, S.T., M.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama berkuliah di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
6. Bapak Reza Maulana S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis dalam menyelesaikan penulisan ilmiah ini.
7. Para Dosen di lingkungan Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri yang telah membimbing penulis dalam menuntut ilmu yang telah diberikan.
8. Binar Academy yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data yang diperlukan bagi penulisan ilmiah ini.

Dalam penulisan ilmiah ini tentu saja masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Walaupun demikian, penulis telah berusaha menyelesaikan penulisan ilmiah ini sebaik mungkin. Oleh karena itu apabila terdapat kekurangan di dalam

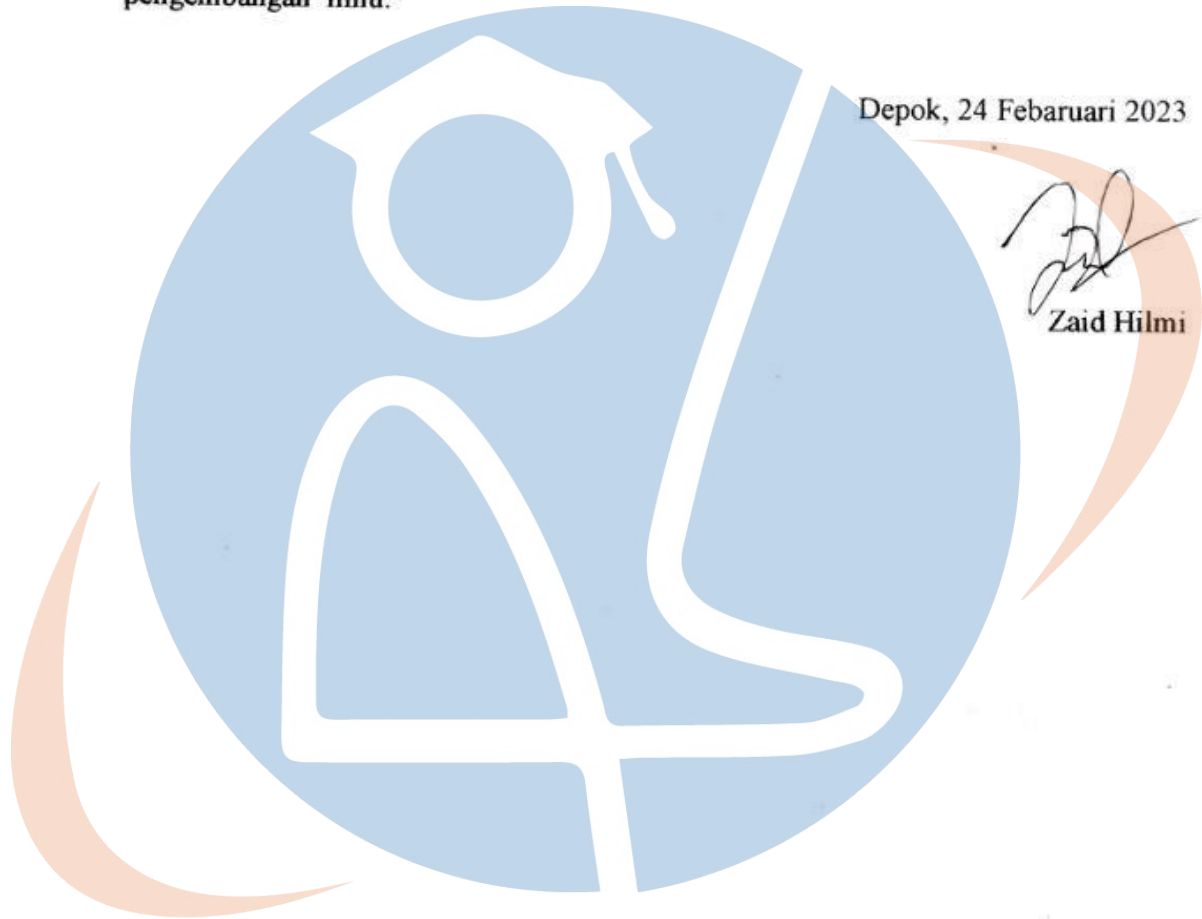
penulisan ilmiah ini, dengan rendah hati penulis menerima kritik dan saran dari pembaca.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 24 Febaruari 2023



Zaid Hilmi



STT - NF

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaid Hilmi

NIM : 0110219097

Program Studi : Teknik Informatika

Jenis karya : Tugas Akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STT-NF **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Perancangan UI/UX Aplikasi *Beauty Ecommerce* Dengan Fitur *Face Scan*
Menggunakan Metode *Design Thinking*.”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STT-NF berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 24 Februari 2023

Yang menyatakan



(Zaid Hilmi)

ABSTRAK

(300 kata)

Nama : Zaid Hilmi
NIM : 0110219097
Program Studi : Teknik Informatika
Judul : Perancangan UI/UX Aplikasi *Beauty Ecommerce* Dengan Fitur *Face Scan* Menggunakan Metode Design Thinking

Tugas akhir ini membahas mengenai cara dalam merancang ui/ux aplikasi *beauty e-commerce* dengan fitur *face scan* berbasis mobile yang diberi nama Helow Beauty. *Skincare* merupakan kebutuhan setiap orang tidak melihat sebuah *gender* dari orang tersebut laki – laki maupun perempuan. Seiring berkembangnya zaman masyarakat Indonesia mulai menggunakan produk kecantikan untuk meningkatkan dan mempercantik muka mereka. Tetapi masih banyak masyarakat Indonesia yang masih belum mengerti bagaimana seharusnya menggunakan produk kecantikan yang sesuai dengan permasalahan dan tipe jenis kulit yang mereka miliki. Banyak *e-commerce* yang hanya menjual produk produk kecantikan, tetapi tidak banyak yang menggunakan fitur *face scan* untuk pengguna dapat mengetahui jenis kulit wajahnya. Maka diperlukan sebuah *platform* yang menyediakan sebuah produk kecantikan juga memberikan informasi lengkap mengenai produk yang dijual. Dengan seperti permasalahan diatas dibuatlah sebuah rancangan ui/ux aplikasi yang diberi nama Helow Beauty yang dapat mempermudah pengguna produk kecantikan. Rancangan ui/ux aplikasi Helow Beauty ini berfokus pada pengguna melalui metode *design thinking*. Pada pembuatan rancangan juga melewati tahap test *system usability scale* dengan hasil pengujian *prototype* adalah 80,5 dengan predikat *excellent*.

Kata kunci : Produk kecantikan, *face scan*, *beauty e-commerce*, ui/ux

ABSTRACT

Name : Zaid Hilmi
NIM : 0110219097
Study Program : Information Technology
Title : UI/UX Design of a Beauty Ecommerce Application with a Face Scan Feature Using the Design Thinking Method

The focus of final research is about discusses how to design the ui and ux of an e-commerce beauty application with a mobile-based face scanning feature called Helow Beauty. Skincare is a need for everyone, regardless of the gender of the person—male or female. Along with the development of the times, Indonesian people began to use beauty products to enhance and beautify their faces. But there are still many Indonesian people who don't understand how to use beauty products according to their problems and the type of skin they have. Many e-commerce sites only sell beauty products, but not many use the face scan feature so users can find out their facial skin type. So we need a platform that provides beauty products and also provides complete information about the products being sold. With the aforementioned problems, a ui/ux application design was created called Helow Beauty, which can make it easier for users of beauty products. The ui/ux design of the Helow Beauty application focuses on the user through the design thinking method. In designing the design, it also went through the system usability scale test stage, with the prototype test result being 80.5, which is excellent.

Key words : Beauty product, face scan, beauty e-commerce, ui/ux

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	2
1.4 Batasan Masalah.....	2
BAB II KAJIAN LITERATUR	4
2.1 <i>Electronic Commerce</i>	4
2.2 <i>User Interface</i>	4
2.3 <i>User Experience</i>	5
2.4 <i>Design Thinking</i>	5
2.5 Figma	6
2.6 System Usability Scale	6
2.7 Single Ease Question.....	7
2.8 Penelitian Terkait	8
BAB III HASIL PELAKSANAAN TUGAS AKHIR	11
3.1 Alur Penelitian.....	11
3.1.1 Studi Literatur.....	11
3.1.2 Pengumpulan Data.....	12
3.1.3 Identifikasi Masalah.....	12
3.1.4 Perancangan Prototipe.....	12

3.1.5 Evaluasi Prototipe	12
3.2 Rancangan Penelitian	12
3.2.1 Metode Pengumpulan Data	13
3.2.2 Metode Analisis	13
3.2.3 Metode Pengujian	13
3.2.4 Metode Evaluasi	13
BAB IV IMPLEMENTASI HASIL.....	14
4.1 Metode Scrum	14
4.2 Design Thinking: Emphatize	15
4.3 Design Thinking: Define	20
4.4 Design Thinking: Ideate	23
4.5 Design Thinking: Prototype	24
4.6 Design Thinking: Test	40
BAB V.....	67
KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR REFERENSI	68
LAMPIRAN.....	70

STT - NF

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Metode Design Thinking.....	6
Gambar 2 SUS Score	7
Gambar 3 SEQ Score	8
Gambar 4 Alur Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 5 Metode Analisis	Error! Bookmark not defined.
Gambar 6 Metode Scrum	14
Gambar 7 Affinity Diagram	20
Gambar 8 User Persona.....	21
Gambar 9 User Journey Map	22
Gambar 10 Information Architecture.....	24
Gambar 11 Wireframe Mobile Apps.....	25
Gambar 12 Colors, Design System	27
Gambar 13 Typography, Design System	28
Gambar 14 Layout, Design System	29
Gambar 15 Komponen Lainnya 1, Design System.....	30
Gambar 16 Komponen Lainnya 2, Design System.....	30
Gambar 17 Komponen Lainnya 3, Design System.....	31
Gambar 18 Halaman On Boarding.....	31
Gambar 19 Halaman Sign in.....	32
Gambar 20 Halaman beranda.....	33
Gambar 21 Halaman Face Scan	34
Gambar 22 Halaman Pesan	35
Gambar 23 Halaman Review	36
Gambar 24 Halaman Favorit dan Produk.....	36
Gambar 25 Halaman cart and payment.....	37
Gambar 26 Halaman profile.....	38
Gambar 27 Halaman notifikasi	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terkait	8
Tabel 2 Metode Scrum	15
Tabel 3 Hasil Wawancara	16
Tabel 4 On Boarding	40
Tabel 5 Registrasi Akun	41
Tabel 6 Login Akun	42
Tabel 7 Login dengan Google	43
Tabel 8 Menggunakan Face scan	43
Tabel 9 Skin Type	44
Tabel 10 Kategori	45
Tabel 11 Search produk	46
Tabel 12 Filter Produk	47
Tabel 13 Recommendation	48
Tabel 14 Detail Produk	48
Tabel 15 Menambah ke favorit	49
Tabel 16 Melihat barang favorit	50
Tabel 17 Review Produk	51
Tabel 18 Melihat Toko	51
Tabel 19 Chat Toko	52
Tabel 20 Melihat Keranjang	53
Tabel 21 Menambahkan produk ke keranjang	54
Tabel 22 Melakukan Checkout	54
Tabel 23 melihat detail pembayaran	55
Tabel 24 Memilih metode pengiriman	56
Tabel 25 Memonitor pengiriman	57
Tabel 26 Melihat riwayat pembelian	58
Tabel 27 Menerima Produk	58
Tabel 28 memberikan review	59
Tabel 29 memberikan pengalaman ke forum	60

Tabel 30 melihat notifikasi	61
Tabel 31 Mengubah Profil	61
Tabel 32 Melakukan Log out	62
Tabel 33 Hasil pertanyaan sus.....	63



STT - NF

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Skincare atau produk kecantikan yang sering digunakan oleh wanita. Di Indonesia sendiri sudah ada beberapa merek lokal yang menyediakan *skincare* dengan bermacam macam kategori. Beberapa merek lokal tersebut antara lain Avoskin, N'Pure, Wardah, Somethinc, dan masih banyak lagi.

Pada kategori kosmetik dan perawatan pribadi Indonesia berada pada posisi kelima dengan perkiraan penjualan US\$4.15 Miliar dalam perkiraan pembelanjaan *e-commerce* Indonesia berdasarkan kategori pada tahun 2021 [1]. Indonesia sendiri berdiri pada posisi kelima sebagai negara yang sering berbelanja online dengan presentase pengguna internet *e-commerce* 36% [2]. Pengguna internet yang ada di Indonesia memiliki total 47,69% pada tahun 2019 lalu, melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional 2019 [8]. Tercatat dalam survei yang dilakukan oleh Euromonitor pada Juni 2020, ada sejumlah peningkatan dari kesadaran akan perawatan tubuh dan muka (laki – laki dan perempuan) di Indonesia. Dengan naiknya pengguna internet dan penjualan *skincare* di Indonesia membuktikan bahwa dalam sektor kecantikan memiliki minat yang besar.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap lima peserta, masyarakat menggunakan *skincare* untuk perawatan terhadap kulit wajahnya. Bagi mereka menjaga kulit itu penting dengan menggunakan *skincare*. Mereka terbiasa membeli produk kecantikan melalui *e-commerce*. Terkadang banyak masyarakat yang masih belum mengerti bagaimana cara memilih *skincare* yang cocok dengan jenis kulit wajahnya. Masyarakat sendiri terbawa dengan *review* dari banyak selebriti, sehingga ketika mereka membeli dan memakai produk tersebut tidak berpengaruh apa – apa pada dirinya.

Maka dari permasalahan tersebut diperlukan sebuah fitur dalam *ecommerce* yaitu *face scan* yang dimana dapat mengetahui permasalahan kulit wajah pengguna, sehingga pengguna dapat menyimpan informasi tersebut dalam profilnya dan pengguna menjadi tahu produk apa yang cocok dengan dirinya. Selain dari fitur *face scan* pengguna juga diberikan sebuah rekomendasi produk untuk dirinya dengan sesuai dari hasil *face scan* tersebut. Pengguna jadi tidak perlu kesusahan dalam mencari produk yang ingin didapatkannya.

1.2 Rumusan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang rumusan masalah dalam tugas akhir adalah:

1. Bagaimana merancang sebuah aplikasi ui/ux *beauty ecommerce* untuk memenuhi kebutuhan pengguna menggunakan aplikasi figma?
2. Bagaimana menerapkan metode *design thinking* untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah untuk merancang aplikasi ui/ux *beauty ecommerce* menggunakan aplikasi figma dan menerapkan metode *design thinking*.

Manfaat dari tugas akhir ini adalah dapat melihat *prototype* dari hasil perancangan ui/ux aplikasi jual beli produk kecantikan untuk kedepannya dapat diimplementasi menjadi sebuah produk aplikasi.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam tugas akhir ini adalah:

- a. Perancangan aplikasi hanya berupa *prototype* menggunakan aplikasi figma.
- b. Kategori yang ada dalam aplikasi ui/ux hanya *Skincare*, *Personal Care*, dan *Fragrance*.

- c. Fitur yang terdapat pada aplikasi ui/ux *beauty ecommerce* merupakan fitur umum yang terdapat dalam *ecommerce*, seperti belanja.
- d. Fitur *face scan* yang akan dibuat dalam tugas akhir ini hanya berupa prototype.



STT - NF

BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1 *Electronic Commerce*

Electric Commerce merupakan penggunaan sebuah internet yang dimana digunakan untuk menjual, membeli, atau menukar entah itu barang atau jasa [3].

E-commerce sendiri populer pada tahun 2015 hingga sekarang. Penggunaanya juga bervariasi dari anak – anak, remaja, dan orang tua. *E-commerce* sendiri memiliki beberapa model bisnis diantaranya yaitu:

1. *Business to Business (B2B)*

Business to Business atau yang biasa disebut B2B, bisnis menargetkan perusahaan lain. B2B merupakan penjualan berupa produk atau jasa yang diberikan dari satu bisnis ke bisnis lainnya, bukan kepada konsumen.

2. *Business to Cunsomer (B2C)*

Business to Cunsomer atau yang sering disebut B2C merupakan bisnis yang menawarkan produk atau jasa ke konsumen secara langsung. Berbeda dengan B2B, B2C berhubungan langsung dengan konsumen bukan dengan perusahaan atau bisnis lainnya.

3. *Cunsomer to Business (C2B)*

Cunsomer to Business atau yang biasa disebut C2B kebalikan dari B2C yang mana konsumen sebagai penjual dan perusahaan atau bisnis sebagai pembeli.

4. *Cunsomer to Cunsomer (C2C)*

C2C merupakan *Cunsomer to Cunsomer* transaksi dilakukan antara konsumen dengan konsumen. Biasanya produk yang jual merupakan *second hand* atau barang bekas

Di Indonesia sendiri sudah memiliki banyak *e-commerce* seperti, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, OLX, Carousell, dan lainnya. Masing masing dari *e-commerce* memiliki model bisnis dan fokus yang berbeda beda.

2.2 *User Interface*

User Interface merupakan sebuah tampilan komputer sarana untuk memfasilitasi komunikasi antara komputer dan manusia, Antarmuka mewujudkan sebuah aspek input secara fisik, komunikatif, dan interaktif [4].

User Interface memiliki beberapa elemen seperti GUI (*Graphical User Interface*), CLI (*Command Line Interface*), dan MUI (*Mobile User Interface*). Pembagian dalam UI sendiri juga memiliki banyak pekerjaan dari UI *Design*, UI *Illustrator*, dan *Interaction Design*. Pada tugas akhir ini menggunakan *User Interface* dalam perancangan aplikasi yang dimana akan dimulai dari gambar tangan, *wireframe*, *low fidelity design*, *high fidelity design*, dan terakhir akan dilakukan *testing* pada *prototype* yang telah dibuat. Aplikasi yang populer dalam *user interface* yaitu Figma, Whimsical, dan InVision.

2.3 *User Experience*

Dalam perancangan aplikasi ini dibutuhkan sebuah riset untuk mengetahui masalah yang ada pada pengguna atau masyarakat yang akan menggunakan aplikasi ini. *User Experience* sendiri adalah sebuah proses sebuah tim dalam membuat sebuah produk menjadi bermakna dan relevan terhadap pengguna [5]. Tugas akhir ini menggunakan *user experience* untuk mendesain tampilan agar dapat diterima dengan pengguna, dari segi antarmuka hingga pengalamannya dalam menggunakan aplikasi ini. Untuk mencapai pengalaman yang baik tugas akhir ini menggunakan sub kelas dalam ux yaitu *user research*, untuk mengetahui permasalahan apa yang ingin diangkat dari pengguna. *Define user* dalam artian ini mendefinisikan pengguna seperti apa yang akan menggunakan aplikasi ini. Setelah semua terkumpul yang nanti data akan diolah sehingga membuat sebuah desain yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna.

2.4 *Design Thinking*

Design Thinking merupakan sebuah proses iteratif atau tidak linear untuk mengerti permasalahan pengguna, membuat sebuah inovasi dan membuat sebuah prototipe [6].

Design Thinking terdiri dari lima tahap yaitu:

1. *Emphatize*, proses dimana berempati terhadap permasalahan yang pengguna alami, melalui *user research* dalam prosesnya.
2. *Define*, fase ini adalah tahap untuk mengumpulkan data atau informasi yang telah didapat pada tahap *emphatize*. Menganalisis dan mensintesi informasi yang telah didapat dibuat menjadi permasalahan inti.
3. *Ideate*, pada fase ideasi ini diperlukan untuk berfikir lebih untuk mendapatkan inovasi untuk memecahkan masalah yang telah di *define* sebelumnya.
4. *Prototype*, pada fase ini membuat sebuah produk versi kecil yang menerjemahkan untuk masalah yang user hadapi.
5. *Test*, fase ini adalah fase mengujian *prototype* yang telah dibuat sebelumnya, menguji seberapa efektif atau diperlukan produk yang telah dibuat.

Design Thinking



Interaction Design Foundation
interaction-design.org

(Sumber: interaction-design.org)

Gambar 1 Metode Design Thinking.

2.5 Figma

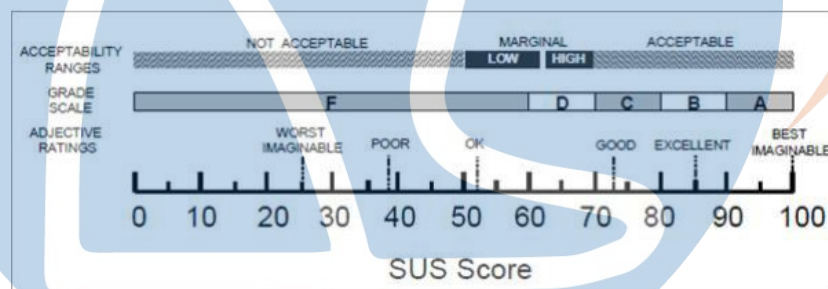
Figma merupakan aplikasi berbasis website yang dapat digunakan untuk mendesain UI dan UX seperti aplikasi web, aplikasi mobile, dan komponen *user interface*. Selain itu figma juga dapat berkolaborasi antar desainer dalam pembuatan sebuah proyek [7].

2.6 System Usability Scale

System Usability Scale (SUS) merupakan sebuah metode pengujian yang digunakan untuk mengukur *usability* [10]. *System Usability Scale* memungkinkan untuk dapat mengevaluasi berbagai macam produk dan jasa, termasuk *hardware*, *software*, *website*, dan aplikasi [11]. SUS berupa kuesioner yang terdiri dari 10 item pertanyaan. SUS memiliki skala 1 – 5 dengan skala 1 yang berarti “Sangat tidak setuju”, skala 2 yang berarti “tidak setuju”, skala 3 yang berarti “netral”, skala 4 yang berarti “setuju”, dan skala 5 yang berarti “sangat setuju”. Jika responden merasa tidak bisa memilih skala yang tepat, responden harus mengisi pada bagian tengah skala. Skor SUS dihitung dengan perhitungan dibawah ini.

$$\text{skor sus} = ((R1-1) + (5-R2) + (R3-1) + (5-R4) + (R5-1) + (5-R6) + (R7-1) + (5-R8) + (R9-1) + (5-R10)) * 2,5).$$

Setelah dilakukan perhitungan rata – rata pada skor SUS maka dapat ditentukan dengan SUS *Score* yang telah disediakan seperti dibawah ini:



(Sumber: Brooke, J. “SUS: A Retrospective”, Februari 2013)

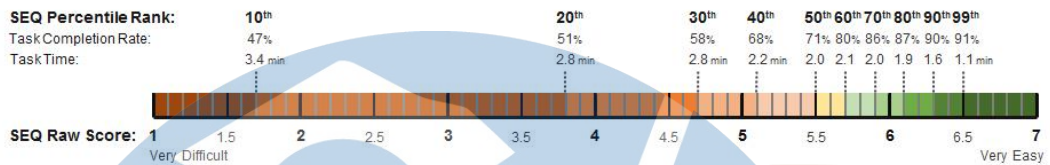
Gambar 2 SUS Score

Dari gambar 2 SUS score terdapat metrics untuk nilai SUSnya sendiri, 0 – 25 adalah terburuk, 26 – 38 adalah buruk, 39 – 52 adalah ok, 53 -73 adalah baik, 74 – 85 adalah bagus sekali, dan 86 – 100 adalah paling baik.

2.7 Single Ease Question

Single ease question (SEQ) merupakan kuesioner yang diberikan kepada peserta setelah mengerjakan satu task. Karena task tersebut masih dapat dengan mudah diingat oleh peserta sehingga memberikan penilaian yang berguna dari pengalaman task tersebut [12].

Penulis melalui SEQ menanyakan terhadap peserta untuk mengetahui seberapa mudah atau susah dalam mengerjakan task tersebut dalam angka skala 1 - 7. Skala satu yaitu “Sangat Susah” dan skala tujuh “Sangat Mudah”.



(Sumber: measuringu.com)

Gambar 3 SEQ Score

2.8 Penelitian Terkait

Tabel 1 Penelitian Terkait

No	Nama dan Tahun	Judul	Topik	Subjek	Hasil
1	Anis Dwi Setyani, 2021	Perancangan UI/UX Aplikasi E-Commerce Berbasis Website Pada Toko AEMA Kacamata Surabaya Menggunakan Metode Lean User Experience	E-Commerce	Toko AEMA Kacamata Surabaya	<p>Prototype aplikasi berbasis website toko AEMA Kacamata</p> <p>User: Pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan rata-rata <i>success rate</i> 72%</p>
2	Muhammad Arif Idris, 2021	Perancangan <i>User Interface & User Experience</i> Pada Aplikasi E-Commerce Ivent Menggunakan Metode <i>User Centered Design</i>	E-Commerce	Event Organizer Vendor	<p>Prototype aplikasi berbasis website Ivent</p> <p>User: Rancangan tampilan berhasil memenuhi kebutuhan</p>

					pengguna, dengan pada proses test tidak melebihi 40 detik
3	Muhammad Syafi'I, 2021	Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Pemesanan Dekorasi Pernikahan Pada UKM MNDecorati on Menggunakan Metode Lean UX	E-Commerce	UKM MNDecora tion	<p><i>Prototype</i> aplikasi berbasis website MNDecorati on</p> <p><i>User:</i> Pengguna dengan mudah menggunakan aplikasi dengan <i>suces rate</i> 76%</p>
4	Zaid Hilmi, 2023	Perancangan Aplikasi <i>Beauty Ecommerce</i> Dengan Fitur Face Scan Menggunakan Metode Design Thinking	<i>Beauty E-Commerce</i>	<i>Beauty E-Commerce</i> , Fitur <i>Face Scan</i>	<p>Prototype dalam figma berupa mobile <i>beauty e-commerce</i> yang sesuai dengan kebutuhan pengguna</p> <p><i>User:</i> Pengguna dapat menggunakan protoype dengan keberhasilan test 80,5 predikat <i>excellent</i></p>

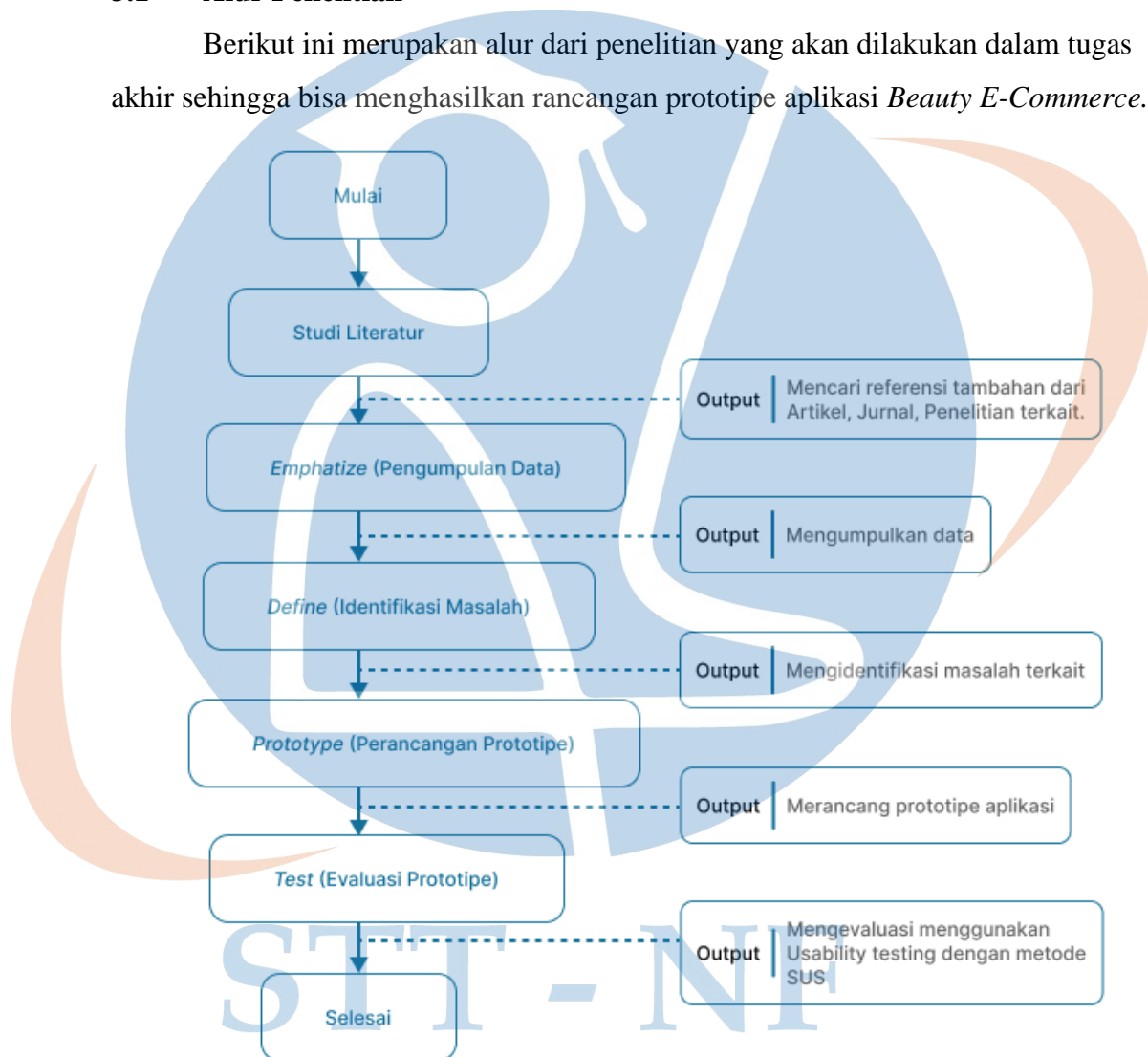


STT - NF

BAB III HASIL PELAKSANAAN TUGAS AKHIR

3.1 Alur Penelitian

Berikut ini merupakan alur dari penelitian yang akan dilakukan dalam tugas akhir sehingga bisa menghasilkan rancangan prototipe aplikasi *Beauty E-Commerce*.



Gambar 4 Alur Penelitian

3.1.1 Studi Literatur

Pada studi literatur mengumpulkan literatur mengenai pembuatan ui/ux desain. Dilakukan dengan cara mencari penelitian terkait, buku elektronik, artikel, jurnal ilmiah.

3.1.2 Pengumpulan Data

Menganalisis data yang telah dikumpulkan dan diolah menjadi sebuah *insight* untuk mengetahui kebutuhan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Tahap ini juga membuat desain SRS, diagram use case, user skenario, afinitas diagram, story board, dan lainnya untuk mempermudah dalam tahap perancangan prototipe.

3.1.3 Identifikasi Masalah

Pada tahap mengidentifikasi masalah juga termasuk dalam pengumpulan data melalui wawancara dan survey yang dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada. Setelah itu mengidentifikasi masalah tersebut dan menjadi permasalahan tersebut sebagai acuan dalam pembuatan tugas akhir.

3.1.4 Perancangan Prototipe

Tahap perancangan prototipe diawali dengan membuat *wireframe* sederhana dari analisis kebutuhan untuk mengetahui seperti apa bentuk dari prototipenya. Setelah mendapatkan gambaran besar seperti apa prototipe tersebut, mulai dengan merancang desain prototipe di dalam aplikasi figma.

3.1.5 Evaluasi Prototipe

Tahap Evaluasi menggunakan metode *Usability Testing* dan *System Usability Scale* untuk mengevaluasi bagaimana prototipe yang telah dibuat apakah sudah dapat diterima dan berguna nantinya untuk dipakai oleh pengguna.

3.2 Rancangan Penelitian

Pada tugas akhir ini penulis menggunakan metode scrum dalam pembuatan prototipe aplikasi *beauty ecommerce*. Pembuatan backlog dilakukan pada tahap analisis kebutuhan. Metode lainnya juga digunakan dalam pembuatan aplikasi prototipe ini, seperti *Design Thinking* yang digunakan untuk menganalisis data dan membuat sebuah ide dan dilanjutkan dengan proses pembuatan prototipe hingga tahap akhir yaitu melakukan test pada prototipe.

3.2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk tugas akhir ini menggunakan wawancara sederhana kepada lima peserta untuk mendapatkan gambaran besar seperti apa kebutuhan pengguna nantinya. Melanjutkan setelah wawancara penulis menyebar kuesioner untuk melakukan *follow-up*.

3.2.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada tugas akhir ini menggunakan metode *design thinking* yang berguna dalam mengumpulkan data hingga pembuatan *high fidelity* dan *test*.

3.2.3 Metode Pengujian

Metode pengujian yang digunakan pada tugas akhir ini adalah *usability testing*. Pengujian menggunakan *task scenario* dilakukan dengan cara memberikan beberapa tugas kepada peserta, kemudian semua yang dilakukan oleh peserta dari tugas yang dikerjakan termasuk dengan komentar yang dilontarkan akan masuk kedalam observasi dari *task* tersebut. Penggunaan dari *task scenario usability testing* tersebut untuk mengevaluasi dari desain yang sudah dibuat sebelumnya untuk melihat apakah ada yang kurang dari desain tersebut.

3.2.4 Metode Evaluasi

Metode evaluasi menggunakan SUS (*System Usability Scale*) untuk mengevaluasi bagaimana prototipe yang telah didesain. Terdapat hasil yang akan menunjukkan apakah desain prototipe *beauty ecommerce* mudah digunakan atau perlu kembali ditambahkan.

STT - NF

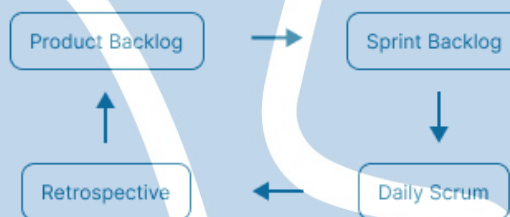
BAB IV

IMPLEMENTASI HASIL

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan proses implementasi dari data awal seperti wawancara hingga membuat sebuah *wireframe*, dan pembuatan *high fidelity*. Semua yang dilakukan dalam tahap implementasi desain menggunakan metode *design thinking* dalam prosesnya. Pengujian prototipe menggunakan metode *usability testing*, *system usability scale*.

4.1 Metode Scrum

Pada tugas akhir ini mengimplementasi menggunakan metode scrum dengan bagan dibawah ini.



Gambar 5 Metode Scrum

Memulai scrum dengan *product backlog* dan kemudian dilanjutkan dengan *sprint backlog* mengeksekusi dari backlog tersebut dan dilanjut dengan *daily scrum* yaitu membahas tentang apa yang dikerjakan pada hari ini, dan pada akhir *retrospective* melihat kembali apa saja yang telah dikerjakan dan apa yang perlu diperbaiki untuk lanjut ke sprint berikutnya. Tugas akhir ini membutuhkan tiga sprint yang dimana satu sprintnya merupakan dua minggu.

Pada metode scrum dijalankan dengan berkelompok dengan masing masing tugas dan individu sebagai berikut:

1. Arvia: Product Management
2. Arif: Product Management
3. Josua: Product Management
4. Arsil: UI Designer

5. Qoirul: UI Designer
6. Zaid Hilmi: UI Designer
7. Pramala: UX Designer
8. Putri: UX Designer

Tabel 2 Metode Scrum

No	Sprint	Time	Task
1	0	13 Juni 2022	Sprint Planning
2	1	14 Juni - 24 Junii 2022	<i>Define problem</i>
3			Pengumpulan data
4			<i>Define User</i>
5			Proses Ideasi
6			membuat Lofi
7	2	27 Juli - 8 Juli 2022	<i>Concept Testing</i>
8			<i>Design System</i>
9			<i>High Fidelity Screen</i>
10	3	11 Juli - 22 Juli 2022	<i>High Fidelity Screen</i>
11			<i>Prototyping</i>
12			<i>Final Test (Usability Test)</i>

4.2 Design Thinking: Emphatize

Pada tahap pengumpulan data penulis menggunakan metode *design thinking* *Ephatize* untuk berempati terhadap pengguna dan mendapatkan wawasan terhadap dunia *skincare*. Penulis melakukan wawancara singkat terhadap lima peserta yang memang sering menggunakan produk kecantikan. Tujuan dari wawancara ini untuk mengetahui apa permasalahan yang sering dialami oleh pengguna dalam membeli sebuah produk kecantikan secara online.

A. Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data penulis menggunakan metode wawancara dan survey untuk mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pengguna. Pertanyaan – pertanyaan yang diberikan pada wawancara itu sendiri meliputi pengetahuan tentang *skincare* dan kebutuhan pengguna. Berikut merupakan hasil dari wawancara yang telah dilakukan

Tabel 3 Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Peserta 1	Peserta 2	Peserta 3	Peserta 4	Peserta 5
1	Apakah anda dapat menemukan produk dipasaran yang sesuai dengan permasalahan/ kebutuhan jenis kulit anda?	Ya, saya dapat menemukan produk dengan permasalahan kulit saya	Sebenarnya baru sekarang saya menemukan produk yang benar-benar cocok untuk semua kulit saya awalnya kan ngikutin brand di iklan TV tapi permasalahan di kulit sy makin membandel, dan sekitar 2020 saya menemukan skincare clorismen itu memang cocok dengan kulit sy tapi tidak terlalu banyak perubahannya nah pada akhirnya ada launching produk terbaru dari MS Glow yaitu MS Glow for men yang di Peruntukan untuk kebutuhan kulit Pria dan sakarang tidak mau berpindah ke produk lain	Iya bisa menemukannya.	Saya juga bisa menemukannya karena di ecommerce banyak barang product yang dijual berbagai macam.	iyaa,, saya menemukan produk sesuai dengan kebutuhan jenis kulit saya
2	Biasanya membeli skincare di toko online atau offline?	Toko Online	Produk yang dulu sebelumnya online, kalau sekarang offline langsung ke Store cabang resminya untuk menghindari pembelian produk tiruan atau mendapatkan produk yang original	Toko online lewat shopeemall	Online soalnya lebih efektif dan efisien soalnya bisa langsung dianter.	dua duanya
3	Biasanya pakai aplikasi apa? (jika toko online)	Shopee	Kalau online Biasanya lewat shopee tentunya dengan melihat rating dan ulasan terlebih dahulu	Biasanya shopee.	Shopee lebih mudah saja.	di shopee, karena untuk proses pembelian

						dan pembayaran relatif mudah
4	Jenis skincare apa yang sedang anda gunakan? (toner,serum dll)	Toner, Sunscreen serum, serum	Facial wash sama Brightening cream	Micellar water, Facial wash, toner, moisturizer, sunscreen.	micellar water, facial wash, toner, essence, serum, moisturizer, sunscreen.	moisturizer
5	Seberapa penting menggunakan skincare bagi anda?	Penting, karna tubuh perlu dirawat tak hanya kaki tangan atau tubuh saja tetapi wajah juga.	Penting banget seperti yang saya katakan sebelumnya bahwa Grooming sangat penting terlebih untuk di Dunia kerja itu akan di lihat . Selain itu penting juga untuk kulit terlebih laki2 yg beraktivitas banyak diluar ruangan yang banyak sekali masalah kulit yang membandel seperti jerawat, kulit berminyak, komedo dan kusam itu sering kali kita tidak percaya diri dengan hal itu	Penting banget karena buat investasi kulit harus dijaga bahkan sampai tua. sunscreen itu wajib karena kalau tidak pakai bisa kanker kulit.	penting karena banyak perubahan saat memakai skincare.	penting karena untuk meregenerasi kulit
6	Bagaimana cara anda untuk mengetahui jenis kulit anda?	Selalu mencek wajah ketika bangun dan sebelum waktu tidur.	Melihat di YouTube tentang karakter2 kulit pria dan bagaimana solusinya	Diliat dari keadaan kulit saat ini dan riset lewat konten2 youtube.	dari ngerasanya aja kaya banyak minyak setelah apply skincare atau	konsultasi sama dokter

					setelah cuci muka.	
7	Bagaimana cara anda dapat mengetahui permasalahan kulit yang sedang anda alami?	Selalu mencek wajah ketika bangun dan sebelum waktu tidur.	Cara mengetahuinya dengan melihat sendiri flek hitam yang ada kulit, komedo dan timbulnya jerawat	lebih sering ngaca terus liat apa ada jerawat atau nga.	lebih peka aja sama muka lagi butuh apa sih ini kalo lagi ada jerawat apply obat jerawat. ngeliat keadaan di muka.	Selalu mengecek keadaan muka, jika terdapat gejala yang tidak enak
8	Menurut anda perlu nggak sih memahami jenis kulit dan permasalahan yang sedang dialami?	Perlu banget, kita harus tau jenis kulit kita sebelum dirawat apakah ada problem seperti jerawat, muka berminyak, wajah kering yang nanti kalau dirawat dengan skin care pun beda beda jenisnya. Jangan sampai nanti salah memakai skincare hanya	Perlu banget, karena kl kita paham akan hal itu kita tidak akan membiarkan masalah kulit itu sendiri	Perlu banget karena biar kita tau jenis skincare apa yang cocok yang sesuai sama jenis kulit dan permasalahan yang ada.	perlu karena muka kita pasti ada product yang tidak cocok bahannya, mungkin bisa diteliti lagi muka kita cocoknya apa.	perlu memahami karena kita mengetahui jenis kulit kita sendiri

		karna kita tidak mengenali jenis kulit kita.				
9	Apa yang paling anda perhatikan dalam memilih produk skincare?	Fungsional produk itu sendiri dan juga review dari banyak penggunaannya.	Dalam memilih produk yang saya perhatikan adalah brand , Review customer sama uji kelayakannya sudah terdaftar gak di BPOM dan benar-benar halal dan aman gak	sesuai jenis kulit, permasalahan kulit , dan kandungan2 pada skincarenya.	produk yang mencerahkan soalnya lagi butuh itu saat ini.	kandungannya karena kita harus menyocokkan dengan jenis kulit
10	Kendala apa yang pernah anda alami dalam membeli skincare?	Pernah beli tetapi tidak memberikan efek apa apa.	Untuk sejauh ini kendalanya bisa dibilang ndk ada ya	Kendala pas udah beli malah tidak cocok sama skincarenya.	kendalanya karena saat ini sudah banyak banget variasi dan saling berlawanan. jadi sulit mencari skincare mana yang terbaik.	barang yang di dapat dikemas dengan gak rapih

STT - NF

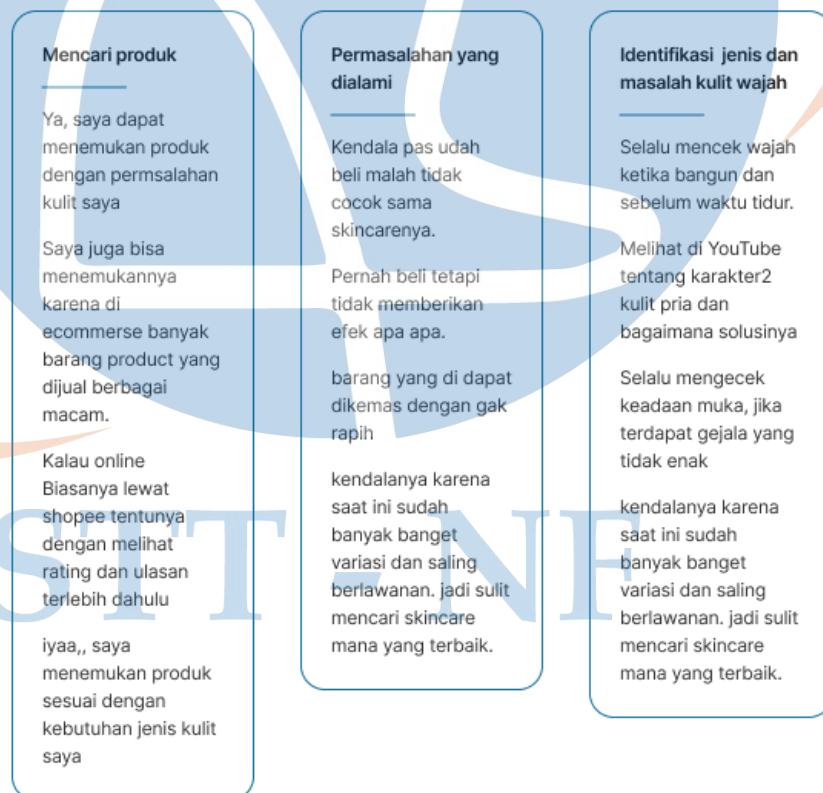
Dari wawancara di atas didapatkan total 50 jawaban yang bervariasi. Data di atas akan diproses dalam tahap *design thinking define*.

4.3 Design Thinking: Define

Pada tahap *Define* akan membantu untuk mendapatkan *insight* dari data yang telah didapatkan sebelumnya pada tahap *emphatize*.

A. Affinity Diagram

Affinity Diagram dapat membantu dengan mengelompokkan jawaban dari wawancara yang telah dilakukan. Jawaban – jawaban diatas penulis bagi menjadi tiga bagian kelompok dengan informasi yang sama seperti, Mencari produk, Permasalahan, dan Identifikasi dan masalah jenis kulit.



Gambar 6 Affinity Diagram

B. Pain Point

Pain point merupakan tahap dimana data yang telah dikembangkan dan dipilih untuk dijadikan patokan dalam desain yang akan dibuat ditahap selanjutnya.

Banyak pengguna produk kecantikan yang tidak mengetahui karakter jenis kulit wajahnya dan sulit menemukan produk yang sesuai dengan karakter wajah mereka.

C. User Persona

User persona merupakan karakter yang buat untuk berdasarkan penelitian untuk mewakili berbagai jenis pengguna yang mungkin akan menggunakan produk dengan cara yang sama [9]. User persona dapat membantu memberikan gambaran bagaimana nanti pengguna menggunakan produk. Berikut *user persona* yang telah disusun:



The image shows a user persona card for Asih Nurul Khamidah. It is divided into several sections: Bio, Goals, Frustration, Motivation, Social Media, Attitude, and Challenge. The card includes a profile picture of a woman wearing a red cap and a red jacket. The background features a large, stylized watermark of the letters 'STI-NH'.

Bio
Asih Nurul Khamidah is a student who is currently 22 years old, besides being an active student, she is also an IT Support.

Goals

1. Want to use an application that is convenient and easy to use.
2. Want to get original products that match the condition and type of skin.
3. Want to get convenience in transacting skincare products

Frustration

1. The product has no effects or changes.
2. Skin care products are not suitable for the skin.
3. The application is difficult to use and there are many obstacles in the application.
4. Detailed product information is incomplete.

Motivation

1. Self-care is very important, especially in the world of work will be very concerned
2. Reduce wastage on products that are not suitable for skin type

Social Media

Instagram, YouTube, TikTok

E commerce

Shopping icon

Attitude

1. Users find products according to the needs of skin types.
2. Users prefer products that are original and guaranteed quality.
3. Users pay attention to the brand, customer reviews and due diligence have been registered with BPOM and are completely halal and safe

Challenge

1. Have to find out more detailed skincare information.
2. Take the time to consult a doctor.
3. Looking for skincare that is suitable for skin conditions.

Name : Asih Nurul Khamidah
Age : 22 years old
Occupation: Student & IT Support

"Be good to your skin, you'll wear it everyday for the rest of your life"

Gambar 7 User Persona

D. User Journey Map

User journey map atau customer journey map adalah gambaran dari tahap tahap pengguna berinteraksi dengan produk. User journey map dapat membantu memvisualisasikan bagaimana proses pengguna untuk mencapai tujuannya. Berikut adalah user journey map yang telah disusun:



STT - NF
Gambar 8 User Journey Map

Pada setiap *stage* mendefinisikan bagaimana pengguna berproses hingga mencapai tujuannya.

- *Desire*, pengguna menginginkan sebuah produk kecantikan yang sesuai dengan kondisi kulit wajahnya. Pengguna kebingungan dalam memilih produk apa yang akan digunakan. Kesempatan yang bisa diberikan adalah dengan memberikan tips cara mengetahui kondisi kulit dan memberikan rekomendasi.

- *Discover*, tahap ini pengguna menemukan produk yang sesuai dengan yang diinginkan. Pengguna merasa senang karena menemukan produk yang cocok dengan dirinya. Kesempatan yang dapat diberikan adalah memberikan rekomendasi produk, memberikan fitur face scan untuk mengetahui jenis kulit.
- *Shopping*, pengguna membeli produk yang cocok pada sebuah *e-commerce*. Pengguna merasa senang karena dapat membeli produk yang diinginkan. Kesempatan yang dapat diberikan memberikan fitur voucher dan diskon.
- *Use the product*, pengguna dapat menggunakan produk yang telah dibelinya, pengguna merasa senang karena dapat menggunakan produk. Kesempatan yang dapat diberikan adalah memberikan fitur review.

4.4 Design Thinking: Ideate

Pada proses *ideate* penulis membuat beberapa ide untuk rancangan desain yang dapat menjawab dari permasalahan pengguna dan menghasilkan solusi. Penulis membuat beberapa desain *Information Architecture* dan *design mandates* untuk dapat lanjut ketahap selanjutnya.

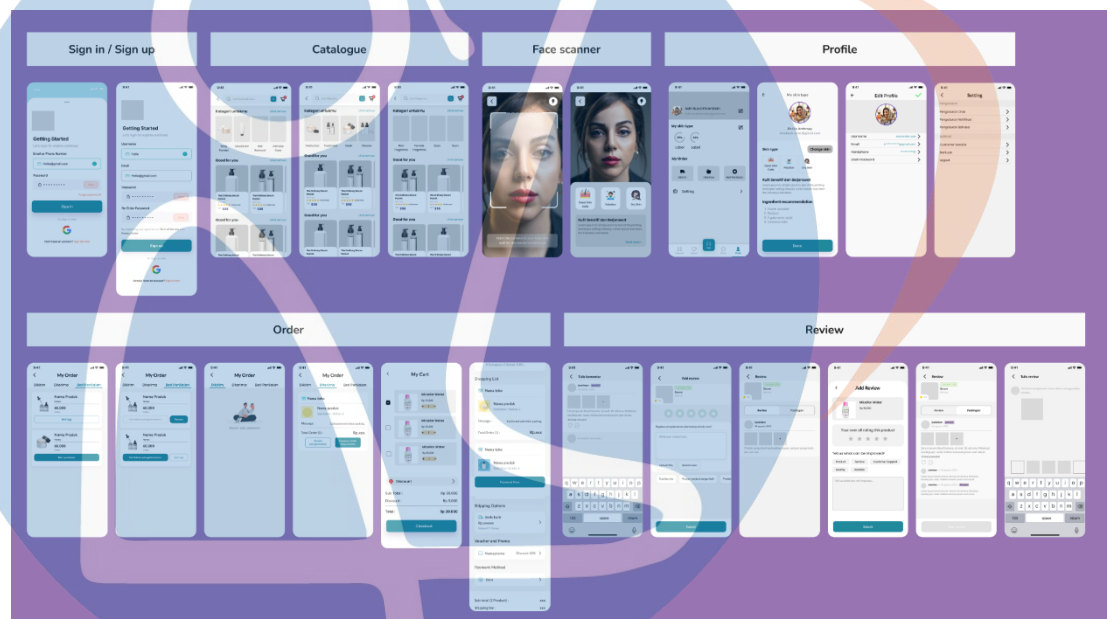
A. Design Mandates

1. Sebagai *user*, saya dapat menggunakan aplikasi dengan mudah.
2. Sebagai *user*, saya dapat melihat informasi mengenai produk dengan lengkap.
3. Sebagai *user*, saya dapat dengan mudah mengenali jenis kulit dan permasalahan yang saya alami untuk menentukan produk kecantikan yang cocok.
4. Sebagai *user*, saya dapat menggunakan fitur *review* untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk yang akan saya beli.

Pada tahap ini penulis merangkum tahap tahap sebelumnya untuk membuat desain aplikasi. Tahap *prototype* ini menyangkut dari pembuatan wireframe, *design system* (*color, typography, layout,*, dan *icon*), *High Fidelity*.

A. Wireframe

Penulis merancang wireframe dalam aplikasi figma dengan bagian masing masing. Penulis merancang wireframe sesuai dengan kebutuhan dari pengguna.



Gambar 10 Wireframe Mobile Apps

Pada gambar 9 merupakan wireframe awal perancangan aplikasi. Wireframe sendiri terdiri dari beberapa fitur bagian yaitu *Sign in / Sign up*, *Catalogue*, *Face Scanner*, *Profile*, *Order*, dan *Review*.

Fitur *Sign in/Sign up* pengguna dapat melakukan *sign in* bila sudah memiliki akun dan bila pengguna belum memiliki akun pengguna dapat memilih *sign up*, pada *sign up* sendiri disediakan akun google untuk memudahkan pengguna.

Fitur *catalogue* pada fitur ini dapat dikatakan beranda aplikasi dan pada beranda disediakan tiga katalog yaitu *skincare*, *fragrance*, dan *personal care*.

Fitur *face scanner* pada fitur ini pengguna dapat melakukan scan untuk mengetahui jenis kulit dan permasalahan yang dialami pengguna. Setelah melakukan *scan* pengguna dapat menyimpan informasi di *profile* dan kemudian akan mendapatkan rekomendasi produk – produk yang sesuai.

Fitur *profile* dapat menyimpan informasi dari hasil *face scanner* yang berguna untuk mendapatkan rekomendasi di beranda.

Fitur *order* terbagi menjadi tiga bagian dikirim, diterima, beri penilaian.

Fitur *review* untuk antar pengguna memberikan pendapatnya dan pengalamannya dari produk yang digunakan. Fitur ini dapat membuat pengguna lain menjadi mengerti tentang produk yang akan dibelinya.

B. Design System

Penulis menggunakan *design system* untuk merancang *high fidelity* agar lebih mudah. *Design system* itu sendiri terdiri dari beberapa komponen sehingga pada saat membuat *high fidelity* lebih mudah. Proses pembuatan *design system* menggunakan tools figma.

1. Colors

Penggunaan warna dalam pembuatan *design system* menggunakan tiga kelompok, *Brand Colors* terdiri dari warna ungu dan biru. *Semantic Color* terdiri dari *success* memiliki warna hijau, *Info* memiliki warna biru, *warning* memiliki warna kuning, dan *danger* memiliki warna merah. *Dark and Light* merupakan warna dasar dari hitam dan putih.

Berikut gambar dari warna yang telah dijelaskan:

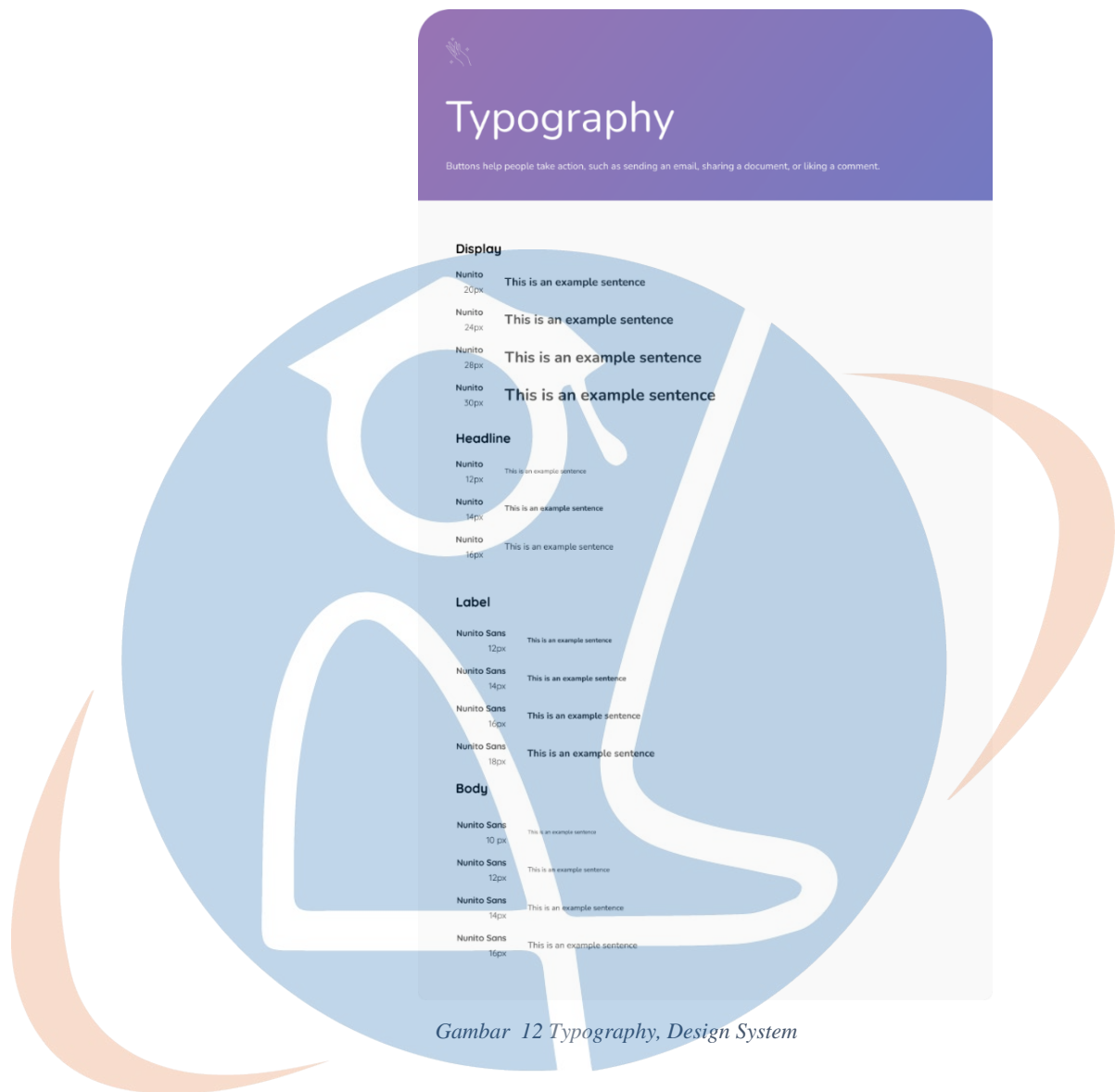


Gambar 11 Colors, Design System

2. *Typography*

Penggunaan *typography* pada pembuatan *design system* ini adalah Nunito dan Nunito Sans.

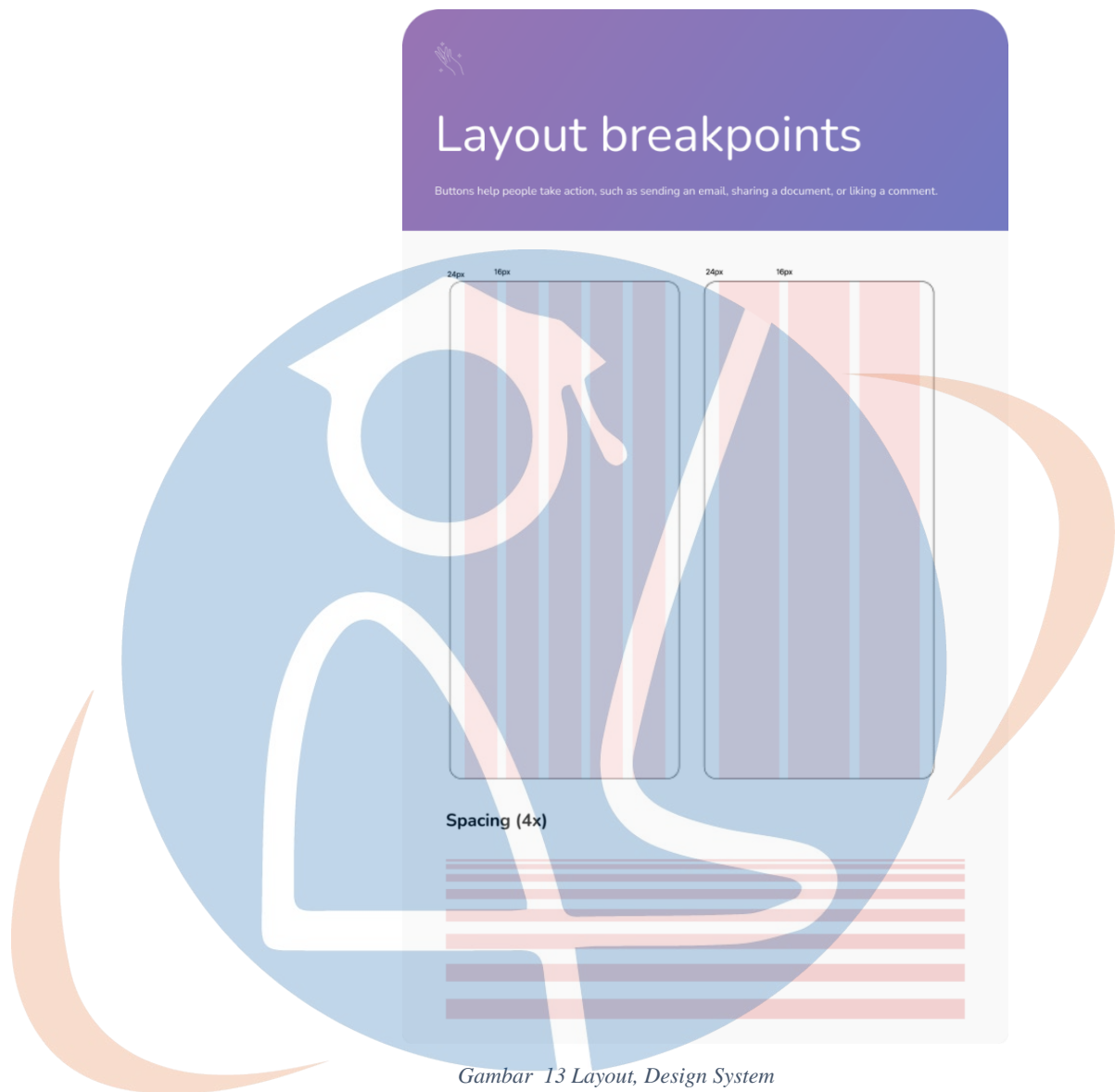
STI - NF



Gambar 12 Typography, Design System

3. Layout

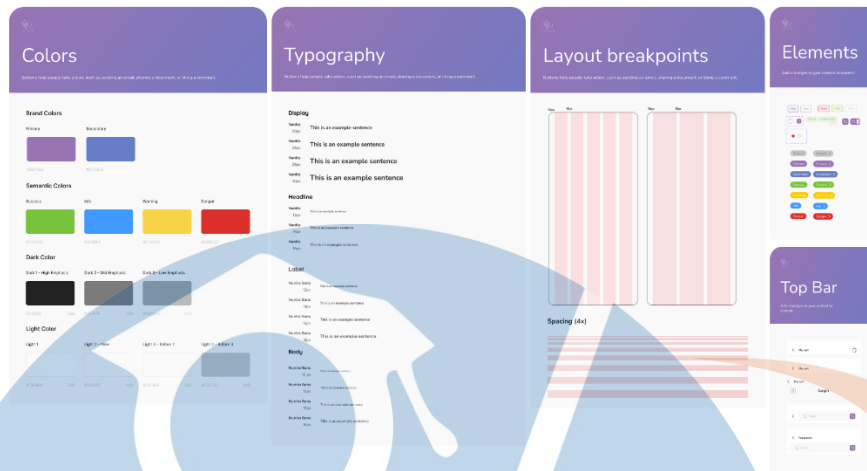
Layout merupakan tata letak yang digunakan agar desain dari aplikasi tersebut selaras dan konsisten. Penulis menggunakan *layout* yang diaplikasikan pada desain aplikasi mobile.



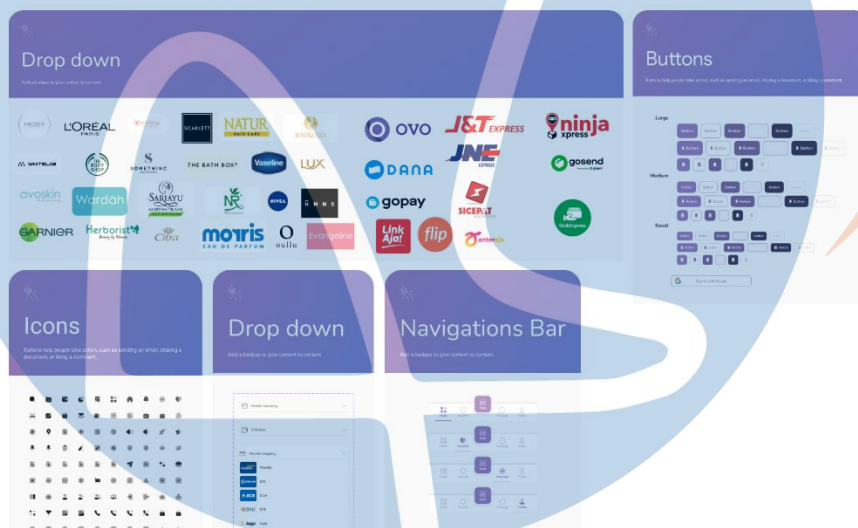
Gambar 13 Layout, Design System

5. Komponen Lainnya

Komponen lainnya merupakan kumpulan dari beberapa komponen sehingga membentuk desain yang berguna untuk pembuatan *high fidelity* seperti, *button*, *input field*, *icon*, *Navigation bar*, *Top Bar*, *Drop Down*, *Elements*. Yang akan ditunjukkan pada gambar dibawah ini:

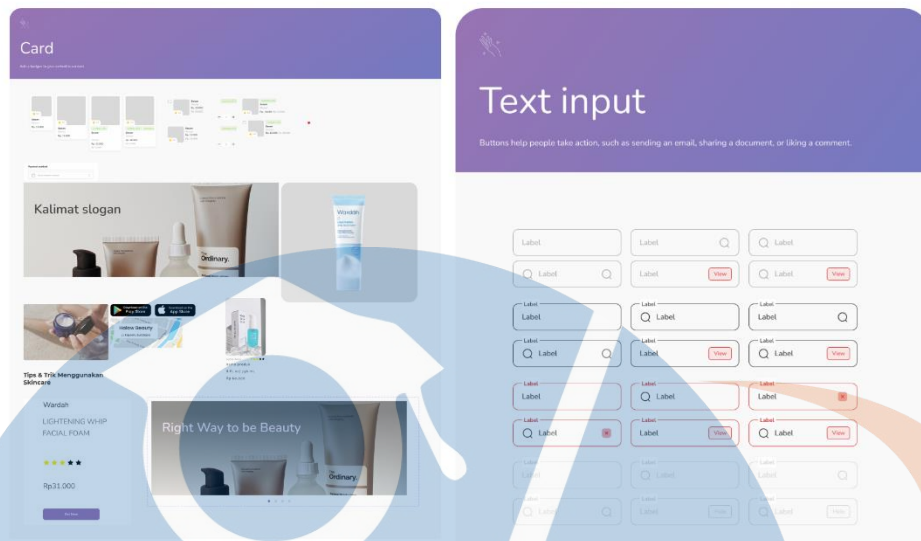


Gambar 14 Komponen Lainnya 1, Design System



Gambar 15 Komponen Lainnya 2, Design System

STT - NF

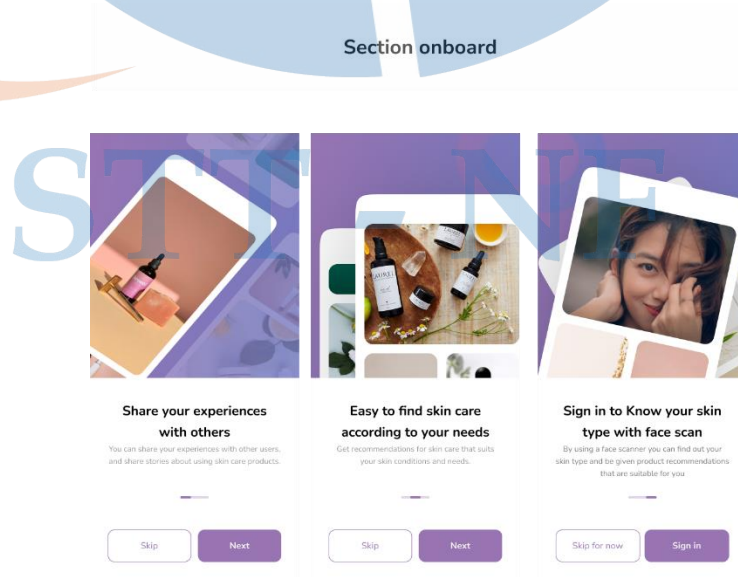


Gambar 16 Komponen Lainnya 3, Design System

C. High Fidelity

Tahap Hi-fi (*High Fidelity*) ini menggunakan komponen yang telah dibuat sebelumnya pada *design system* guna memudahkan pengerjaan dari hi-fi itu sendiri. Hi-fi mencakup seluruh bagian antar muka aplikasi dari *Sign in* hingga melakukan order.

1. Halaman *On Boarding*

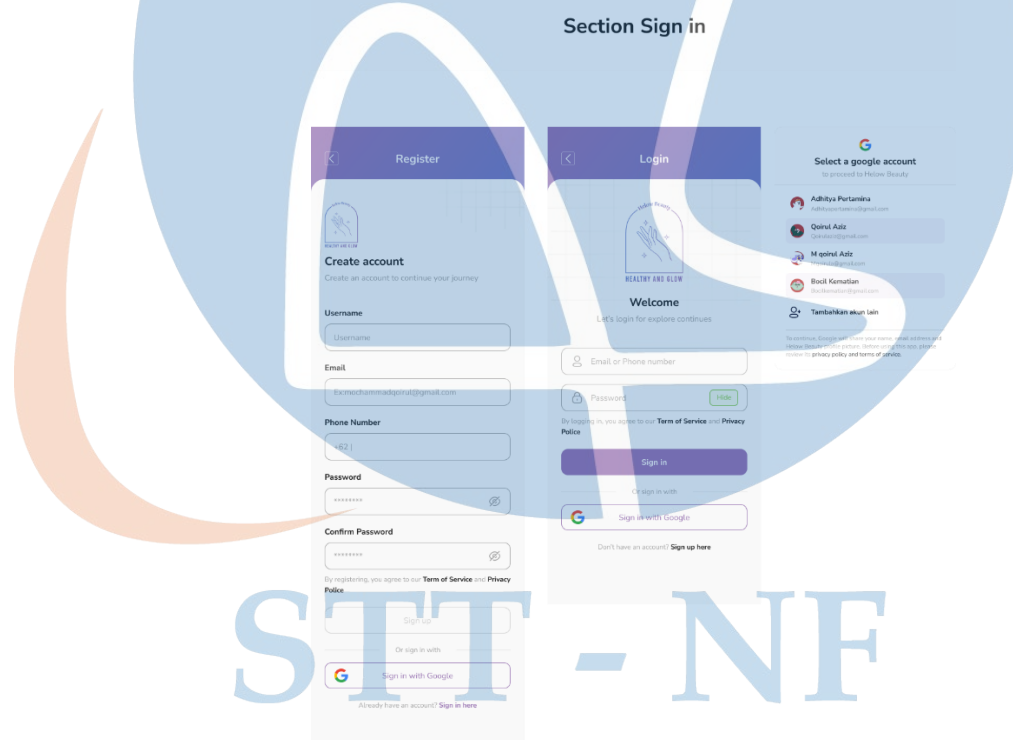


Gambar 17 Halaman On Boarding

Deskripsi:

Gambar 18 merupakan halaman *on boarding* dimana pengguna pada saat pertama kali menggunakan aplikasi akan disuguhkan dengan *onboarding* tersebut dan pada halaman tersebut diberikan informasi informasi mengenai bagaimana menggunakan aplikasi dengan sederhana untuk pengguna tertarik menggunakan aplikasinya. Pada halaman diberikan tombol untuk lanjut dari tiap halaman. Kemudian akan diberikan tombol untuk *sign in* dan lanjut ke halaman berikutnya yaitu *sign in*.

2. Halaman *Sign in*



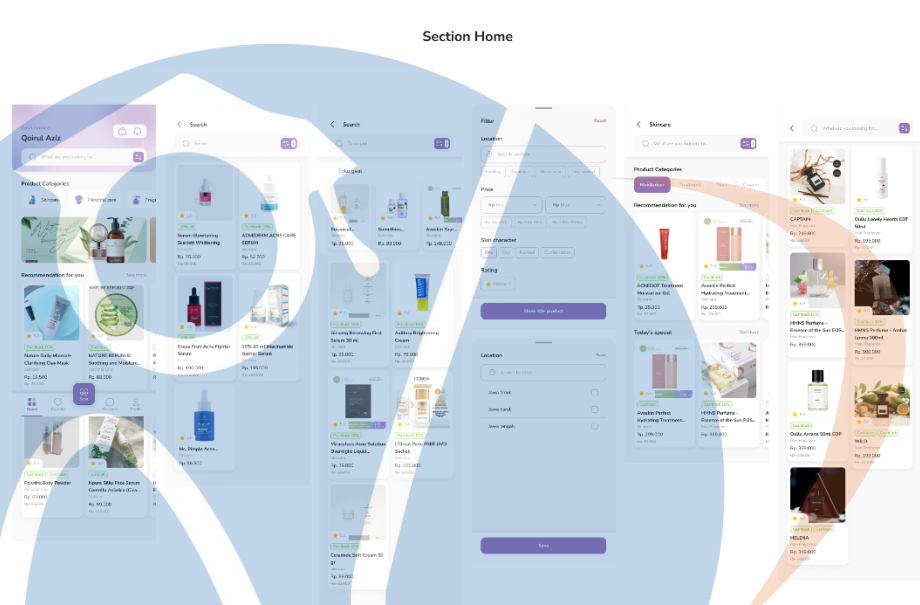
Gambar 18 Halaman *Sign in*

Deskripsi:

Pada gambar 19 merupakan halaman *sign in* setelah pengguna melalui halaman *onboarding*, pengguna akan melanjutkan untuk *sign in*. Pada halaman *sign in* diberikan *input text* dengan *username*, *email*, *phone number*, *password*, dan *confrim password*. Selain

menggunakan email dan nomor telepon, pengguna juga dapat menggunakan google untuk *sign in* atau *sign up*.

3. Halaman Beranda



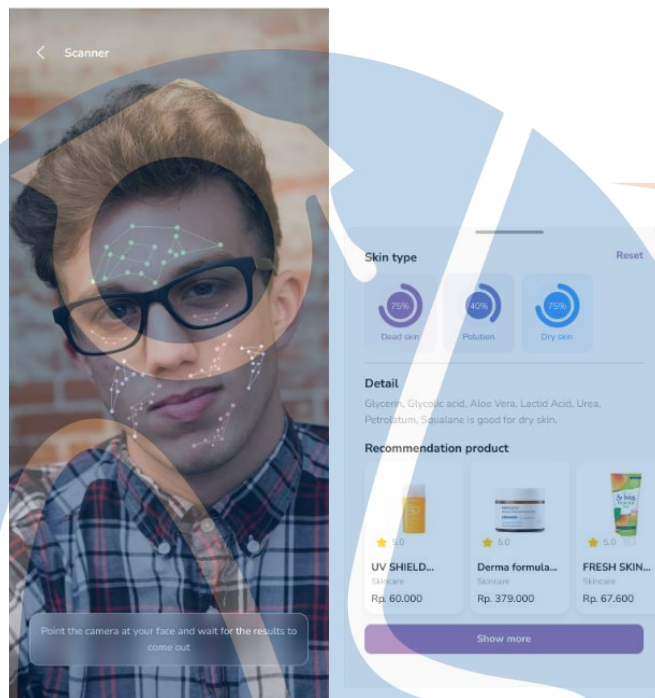
Gambar 19 Halaman beranda

Deskripsi:

Pada gambar 20 merupakan halaman beranda dimana setelah pengguna melakukan *sign in* dan diberikan sebuah notifikasi dan keranjang belanja dibagian kanan atas. Menu pencarian beserta filter untuk pencarian spesifik sebuah produk. Memiliki tiga kategori dengan menu slider yaitu *skincare*, *fragrance*, dan *personal care*. Kemudian dibawahnya memiliki banner iklan dan rekomendasi produk. Pada bagian navigasi atau menu bar bawah memiliki lima menu yaitu beranda, favorit, face scan, pesan, profil.

4. Halaman Face Scan

Section Face scanner

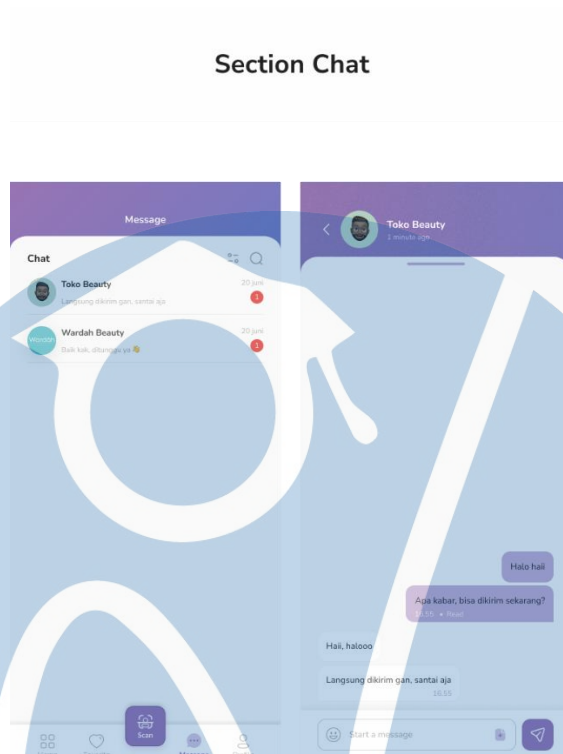


Gambar 20 Halaman Face Scan

Deskripsi:

Pada gambar 21 merupakan halaman *face scan* dengan menekan menu *face scan* pada navigasi bar bawah. Fitur *face scan* merupakan fitur yang dapat digunakan pengguna setelah melakukan *sign in*. Pengguna dapat melakukan scan terhadap wajahnya dan pengguna akan diberikan hasil dari scan tersebut seperti yang ada pada gambar 19. Detail informasi yang diberikan dari hasil *face scan* akan muncul *slide* ke atas dan apabila di klik tombol *show more* akan melanjutkan ke halaman profil untuk disimpan.

5. Halaman Pesan



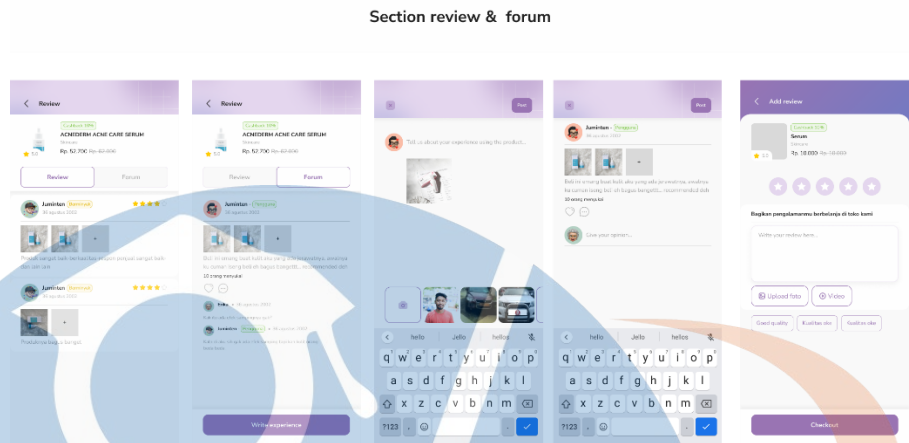
Gambar 21 Halaman Pesan

Deskripsi:

Pada gambar 22 merupakan halaman pesan, ketika pengguna memilih menu navigasi *message* akan tujukan ke halaman pesan. Halaman pesan biasanya merupakan tempat untuk pengguna berinteraksi melalui pesan dengan toko.

STT - NF

6. Halaman Review

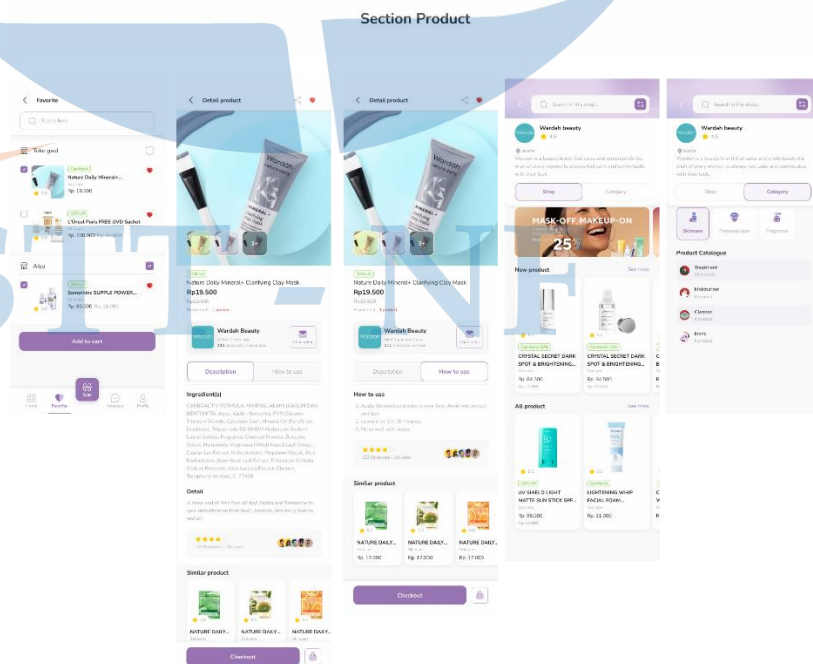


Gambar 22 Halaman Review

Deskripsi:

Pada gambar 23 merupakan halaman review tempat pengguna setelah melakukan pembelian sebuah produk untuk melakukan review atau testimoniya pada produk tersebut. Pengguna dapat menautkan foto dan video dari reviewnya.

7. Halaman Favorit dan Produk

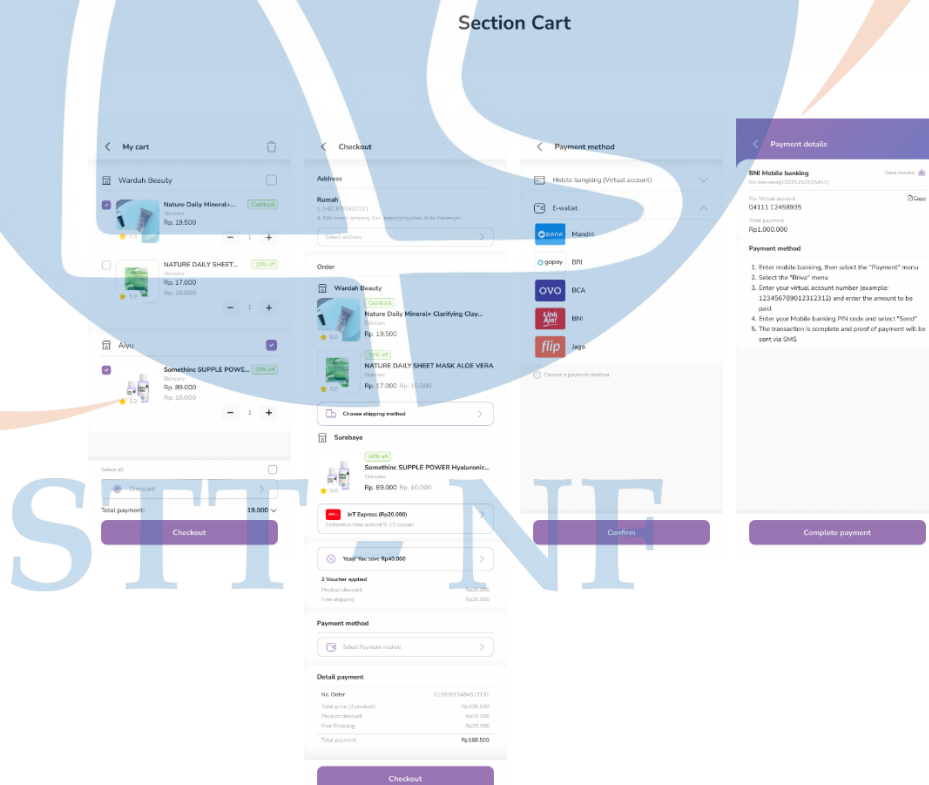


Gambar 23 Halaman Favorit dan Produk

Deskripsi:

Pada gambar 24 merupakan halaman favorit dan detail dari produk. Halaman favorit sendiri seperti halaman *whistlist* dimana pengguna dapat menekan tombol hati untuk menambahkan produk kedalam menu favorit. Halaman detail produk berisi informasi – informasi dari produk seperti bahan yang digunakan dalam produk, cara menggunakan produk tersebut dan fitur review. Pada detail produk juga terdapat toko yang menjual produk tersebut. Pada bagian bawah memiliki dua tombol yaitu *add to cart* dan *checkout*. Perbedaan dari kedua yaitu *checkout* langsung melakukan pembelian sedangkan *add to cart* hanya memasukkan ke dalam keranjang.

8. Halaman *Cart, Check out and Payment*



Gambar 24 Halaman cart and payment

Deskripsi:

Pada gambar 25 merupakan halaman keranjang, memeriksa produk dan pembayaran. Pengguna dapat membeli produk yang diinginkan dengan melakukan pembayaran melalui metode transaksi yang tersedia. Pengguna juga dapat melihat detail order untuk memastikan kembali produk yang dibeli. Pada halaman *check out*, pengguna diberikan input seperti alamat rumah, metode pengiriman, voucher, dan metode pembayaran. Setelah semua terisi dengan benar pengguna dapat melakukan pembayaran melalui transaksi yang dipilih.

9. Halaman Profile



Gambar 25 Halaman profile

Deskripsi:

Pada gambar 26 merupakan halaman profil yang dapat diakses oleh pengguna setelah melakukan *sign in*. Pada halaman profil terdapat hasil dari *face scan* yang sebelumnya telah dilakukan. Pada halaman *face scan* pengguna dapat menyimpan informasi mengenai kulit wajahnya dan disimpan di profil. Pengguna memonitor produk yang telah dibelinya melalui halaman *my order* yang terdapat dalam halaman profil.

Halaman *my order* sendiri memiliki tiga bagian yaitu *confirm*, *process*, dan *complete*. Pada bagian *confirm* adalah tempat dimana pengguna setelah melakukan pembelian tetapi tidak langsung dibayarkan. Pengguna dapat melihat produk yang belum terbayarkan pada bagian *confirm*. Bagian *Process* merupakan bagian setelah pengguna melakukan pembayaran. Pada *complete* merupakan produk telah diterima oleh pengguna dan pada bagian tersebut pengguna dapat menekan tombol rate untuk melakukan review dan rating.

10. Halaman Notifikasi



Gambar 26 Halaman notifikasi

Deskripsi:

Pada gambar 27 merupakan halaman notifikasi, tempat pengguna untuk mendapatkan notifikasi dari toko, produk pembelian, diskon atau voucher, dan lain lain. Pada halaman notifikasi terbagi menjadi tiga bagian yaitu *activity*, *promo*, dan *transaction*. Pada bagian *activity*, pengguna dapat melihat apabila review yang pengguna tulis

mendapatkan komentar oleh orang lain. Pada bagian *promo* pengguna mendapatkan notifikasi berupa promo yang dapat dipakai untuk pembelian produk. Pada bagian *transaction* merupakan notifikasi untuk memberitahu pengguna mengenai *update* produk yang telah dibelinya.

4.6 Design Thinking: Test

Pada tahap *Test* merupakan mengujian terhadap prototype yang telah dibuat Pada fase *prototype*. Pengujian melalui dua jenis *usability* yaitu *Single Ease Question* (SEQ) dan *System Usability Scale* (SUS).

A. Single Ease Question

Penulis membuat beberapa task dari *high fidelity screen* untuk dijadikan bahan pengujian. Total task yang akan diuji adalah 29 task, dengan 5 peserta yang akan diuji. SEQ memiliki nilai skala dari 1 sampai 7, yang dapat diartikan 1 adalah sangat susah dan 7 adalah sangat mudah.

1. Task 1 On Boarding

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai *on boarding screen*.

- Skenario: “Bayangkan, sebelum anda menggunakan aplikasi, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi? ”
- Goal: Pengguna dapat menjalankan aplikasi.

Tabel 4 On Boarding

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	6	User merasa waktu saat pergantian page sedikit lebih lama
Siti Hinggih	6	User merasa button terlalu besar
Muthiara	7	User mudah melakukan onboarding
Aini Cahyaning	5	User merasa fontnya kurang terlihat
Ariansyah	6	User merasa dari segi pengenalannya agak banyak
Average SEQ	6	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

2. Task 2 Registrasi Akun

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai registrasi akun.

- Skenario: “Bayangkan anda ingin membeli product beauty dari sebuah aplikasi yang bernama HELOW dan anda baru pertama kali masuk ke dalam sebuah aplikasi karena anda pengguna baru, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi? ”
- Goal: Pengguna menekan tombol *Sign Up*

Tabel 5 Registrasi Akun

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	6	User dengan mudah mengerjakan task, tetapi user merasa pada register perlu ditambahkan nama pengguna serta email dan phone number sebaiknya dipisah
Siti Hinggit	5	User kebingungan dengan flow registration karena tulisan sign up dan sign in kurang di highlight
Muthiara	6	User merasa udah bagus, cuma dari bagian nomor hp dan email menurut saya salah satu saja
Aini Cahyaning	6	User merasa suka dari warnanya soft banget, fontnya kurang terlihat jelas
Ariansyah	7	User sudah cukup baik dibagian sign up juga bisa via google
Average SEQ	6	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

3. Task 3 Sign in Akun

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai *sign in* akun.

- Skenario: “Bayangkan jika anda pertama kali masuk ke dalam sebuah aplikasi namun anda sebagai pengguna lama dan baru kembali menggunakan aplikasi HELOW, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi?”
- Goal: Menekan tombol *sign in*

Tabel 6 Login Akun

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa login page mudah dipahami dan dimengerti
Siti Hinggiti	6	User kebingungan dengan alur flow saat menuju sign in yaitu skip for now , user berfikir jika diklik button skip for now dapat langsung ke fitur sign in
Muthiara	7	User masuk ke fitur login dengan lancar
Aini Cahyaning	6	User merasa dari font kurang terlihat jelas
Ariansyah	5	User merasa riset password sangat penting bagi keamanan user apabila user lupa password
Average SEQ	6.2	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.2 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan. Meskipun beberapa partisipan mengalami kebingungan dalam flow aplikasi.

4. Task 4 Sign in dengan google

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai *sign in* akun dengan google.

- Skenario: “Bayangkan jika ingin masuk ke dalam sebuah aplikasi namun anda sebagai pengguna lama dan baru kembali menggunakan aplikasi Helow Beauty tetapi anda tidak

memasukkan data yang diminta, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi? ”

- Goal: Menekan tombol *sign in* dengan google

Tabel 7 Login dengan Google

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa flow pada saat login with google sama seperti aplikasi pada umumnya
Siti Hinggit	7	User merasa sudah sangat baik dengan akun google
Muthiara	7	User merasa prototype udh baik, dan pilihannya udh seperti pada umumnya.
Aini Cahyaning	7	User merasa aplikasinya memudahkan user untuk login yang lain
Ariansyah	7	User merasa sudah cukup baik
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

5. Task 5 Menggunakan Face scan

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur *face scan*.

- Skenario: “Bayangkan ketika anda memiliki masalah pada kulit wajah anda dan kemudian anda ingin memeriksa jenis/permasalahan pada kulit wajah anda, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi? ”
- Goal: Menekan tombol *face scanner*

Tabel 8 Menggunakan Face scan

Participant	SEQ	Kenapa?
-------------	-----	---------

Rifaa Raihan	7	User merasa fitur tersebut sangat jelas mulai dari user mengetahui jenis kulit, solusi product, sampai dengan menyimpan hasil scan
Siti Hinggit	6	User merasa bingung saat menjalankan task, oleh karena itu user menyarankan agar pengenalan face scanner dapat diletakkan pada on boarding
Muthiara	7	User merasa penempatan fitur scan juga udh ditengah2 jadinya sangat mudah diketahui user dan di cari user
Aini Cahyaning	7	User mengatakan ini membantu user, dan face scanner jarang ditemukan di aplikasi lain
Ariansyah	7	User menyukai karena menggunakan AI dalam face scanner
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan. Salah satu partisipan juga menyarankan untuk memberikan informasi mengenai fitur *face scan* pada halaman *on boarding* agar pengguna baru dapat mengerti.

6. Task 6 Skin Type

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan *skin type*.

- Skenario: “Bayangkan Jika anda ingin mengubah skin type anda saat ini, apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi untuk mengubahnya?”
- Goal: Menekan tombol *more at my skin type*.

Tabel 9 Skin Type

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	6	User kebingungan saat mengerjakan task, oleh karena itu user memberikan pendapat agar fitur ini ditambahkan button change skin type
Siti Hinggit	6	User tidak mengetahui letak untuk mengubah skin type dan user menyarankan untuk menghighlight bagian <i>more</i> atau reset

Muthiara	7	User memahami fitur nya mudah dicari tidak membingungkan
Aini Cahyaning	6	User mengatakan takut nya perbedaan hasil skintype dari face scnner
Ariansyah	7	User memahami baik secara fungsional untuk memindah ulang
Average SEQ	6.4	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

7. Task 7 Kategori

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan kategori.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda ingin melihat beberapa pilihan kategori dan hanya ingin memunculkan barang yang serupa dengan kategori yang anda inginkan, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? “
- Goal: Menekan salah satu *product categories*.

Tabel 10 Kategori

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User mengerti task yang diberikan
Siti Hinggit	7	User memahami task yang diberikan
Muthiara	7	User merasa memudahkan user karena ada dibagian home
Aini Cahyaning	5	User merasa kebingungan karena pilih kategorinya di filter untuk memilih kategori
Ariansyah	7	User merasa mudah dipahami
Average SEQ	6.6	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.6 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki

kesulitan. Meskipun ada salah satu partisipan yang salah dengan memilih *product categories* pada filter pencarian.

8. Task 8 Search produk

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan *search product*.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda menginginkan sebuah product dan anda akan mencarinya, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *search bar*.

Tabel 11 Search produk

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa fitur search mudah digunakan karena terdapat recent (history pencarian)
Siti Hinggit	7	User memahami flow pada fitur tersebut
Muthiara	7	User memahami fiturnya terlihat dan memudahkan user
Aini Cahyaning	7	User merasa mudah dipahami
Ariansyah	7	User merasa sudah baik juga ada histoty pencariannya tanpa harus mengetik ulang
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 11, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

9. Task 9 Filter Produk

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan filter produk.

- Skenario: “ Bayangkan jika Anda ingin mencari product yang anda inginkan tetapi dengan kisaran harga yang anda inginkan dan lokasi dekat dengan anda, Apa yang akan anda lakukan di aplikasi? ”
- Goal: Menekan tombol filter pada menu pencarian.

Tabel 12 Filter Produk

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa dengan adanya filter sangat memudahkan penggunaanya
Siti Hinggit	6	User kebingungan dengan alur flow filter
Muthiara	6	User merasa fiturnya bisa digunakan saat kita sudah mencari barang
Aini Cahyaning	6	User merasa filter banyak pilihan aja jadinya user bingung
Ariansyah	7	User merasa sudah cukup jelas dan pilihannya juga banyak
Average SEQ	6.4	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 12, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.4 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan. Beberapa partisipan kebingungan dengan flow filter pencarian.

10. Task 10 Recommendation

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan *recommendation*.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda sedang bingung memilih produk yang ingin anda beli dan anda membutuhkan saran dari aplikasi terkait produk tersebut, Apa yang akan anda lakukan di aplikasi? ”
- Goal: Menekan salah satu *recommendation for you*

Tabel 13 Recommendation

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa mudah saat mencari produk rekomendasi
Siti Hinggit	7	User memahami task yang diberikan
Muthiara	7	User merasa mudah diketahui karena dibagian home sudah terlihat jelas
Aini Cahyaning	7	User merasa mudah dicari dan terlihat jelas dibagian home
Ariansyah	7	User memahami dengan sangat baik
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 13, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

11. Task 11 Detail Produk

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan detail produk.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda sudah menemukan product yang anda cari lalu anda ingin melihat rincian product tersebut, Apa yang Anda lakukan di dalam aplikasi? “
- Goal: Menekan salah satu produk untuk melihat detail produk.

Tabel 14 Detail Produk

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa fitur tersebut mudah dipahami
Siti Hinggit	7	User memahami task yang diberikan
Muthiara	7	User memahami fitur dengan baik
Aini Cahyaning	7	User mengatakan sudah bagus dari bagian deskripsi dan rincian produk itu sendiri
Ariansyah	6	User merasa kurang dari informasi dri produk seperti tanggal kadaluarsa atau ada masa garansi

Average SEQ	6.8
--------------------	-----

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 14, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

12. Task 12 Menambahkan ke Favorit

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan menambah produk ke favorit.

- Skenario: “ Jika anda ingin menambahkan product ke daftar keinginan anda, apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? “
- Goal: Menekan tombol favorit (bentuk hati) pada halaman detail produk.

Tabel 15 Menambah ke favorit

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User mengerjakan task dengan lancar karena menurutnya fitur tersebut sama seperti aplikasi lainnya saat ingin menambahkan produk ke wishlist
Siti Hinggit	7	User memahami flow pada fitur favortite
Muthiara	7	User langsung paham dengan fitur add wishlist
Aini Cahyaning	7	User cukup mudah menjalaninya
Ariansyah	6	User agak merasa kebingungan mencari fitur add wishlist
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 15, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

13. Task 13 Melihat kembali produk favorit

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan menambah melihat kembali produk yang telah ditambahkan ke favorit.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda ingin melihat product daftar kesukaan anda, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? “
- Goal: Menekan tombol favorit pada menu navigasi.

Tabel 16 Melihat barang favorit

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User mengerjakan task dengan mudah dan menyukai micro design yang terdapat pada fitur tersebut
Siti Hingggit	7	User memahami flow pada fitur tersebut
Muthiara	7	User merasa mudah untuk mencari fitur favorite
Aini Cahyaning	7	User cepat menemukan favorite
Ariansyah	7	User langsung menemukan fitur favorite
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 16, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

14. Task 14 Melihat review produk

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan review produk.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda ingin membeli product tersebut tetapi anda belum yakin dengan product tersebut dan ingin melihat komentar tentang product, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? “
- Goal: Menekan tombol review pada halaman detail produk.

Tabel 17 Review Produk

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah menemukan fitur sesuai dengan task yang diberikan dan user merasa forum tersebut merupakan hal baru pada fitur review
Siti Hinggit	6	User memahami task yang diberikan. Tetapi menurut user tersebut pada bagian detail product tidak hanya menuliskan review saja, tetapi ditambahkan tulisan forum
Muthiara	7	User merasa mudah dipahami dari segi tampilan ui dan flownya, ada komentar bagian review menambahkan fitur filter dari rate 1,2,3 dan seterusnya
Aini Cahyaning	7	User memahami karena ada foto serta komentar oleh user lainnya
Ariansyah	7	User merasa mudah dilihat dan ada foto video dan komentarnya sudah baik
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 17, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

15. Task 15 Melihat halaman toko

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan melihat halaman toko.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda sudah melihat rincian product kemudian anda ingin melihat product lain di toko yang sama, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan icon toko.

Tabel 18 Melihat Toko

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa fitur tersebut mudah ditemukan dari halaman produk yang terkait

Siti Hinggiti	7	User kurang memahami scenario dari task tersebut
Muthiara	7	User menyukai fitur ini karena tampilannya sudah baik
Aini Cahyaning	7	User merasa mudah dilihat dan ada foto video dan komentarnya sudah baik
Ariansyah	7	User merasa sudah baik detail dari tokonya mulai dari lokasi, product dan kategori produk
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 18, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

16. Task 16 *Chat* dengan Toko

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur pesan dengan toko.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda ingin menanyakan ketersediaan/informasi produk yang kurang dimengerti, Apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *chat seller*.

Tabel 19 Chat Toko

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah menemukan fitur yang dimaksud
Siti Hinggiti	6	User kesulitan menemukan fitur chat ke penjual
Muthiara	7	User langsung mengklik fitur chat
Aini Cahyaning	7	User merasa mudah digunakan dan tampilannya sudah bagus
Ariansyah	7	User langsung memahami task dan menemukan fitur chat to seller
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 19, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

17. Task 17 Melihat keranjang

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur keranjang.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda ingin melihat daftar product yang anda sudah masukkan ke daftar product yang anda ingin beli, Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan icon keranjang.

Tabel 20 Melihat Keranjang

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User merasa fitur cart mudah ditemukan
Siti Hinggit	7	User memahami task yang diberikan
Muthiara	7	User merasa dengan ada dibagian home jadinya mudah dipahami dan terlihat
Aini Cahyaning	6	User merasa sekilas tampilan dari favorite dan mycart agak sama
Ariansyah	7	User merasa mudah dijangkau dan mudah dilihat oleh user
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 20, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan. Salah satu partisipan merasa icon favorit dan mycart memiliki kesamaan.

18. Task 18 Menambahkan produk ke keranjang

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur keranjang.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda telah menemukan produk yang ingin dibeli dan ingin dimasukkan ke dalam list barang yang ingin dibeli karena anda masih ingin melihat product lain, Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *add to cart*.

Tabel 21 Menambahkan produk ke keranjang

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User mengerjakan task dengan mudah
Siti Hinggit	7	User memahami cara menambahkan produk
Muthiara	7	User menyukai penggambaran keranjangnya mudah dipahami
Aini Cahyaning	7	User merasa mudah dicari
Ariansyah	7	User mudah memahami dan fiturnya juga sudah bagus
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 21, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

19. Task 19 Melakukan checkout

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur *checkout*.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda telah menemukan barang yang anda butuhkan dan ingin memiliki barang tersebut kemudian membeli produk tersebut secara langsung, Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *checkout*.

Tabel 22 Melakukan Checkout

Participant	SEQ	Kenapa?
-------------	-----	---------

Rifaa Raihan	7	User memahami task yang diberikan
Siti Hinggit	6	User merasa kebingungan karena ada banyak produk pada saat buy now
Muthiara	7	User mudah memahami flow dari checkout
Aini Cahyaning	5	User merasa di halaman checkout ada produk2 lain yang beda saat melakukan buy now
Ariansyah	7	User merasa fiturnya sudah baik seperti checkout pada umumnya
Average SEQ	6.4	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 22, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.4 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan. Pada pengujian di *checkout* memiliki kesalahan pada flow aplikasi yang seharusnya hanya satu produk menjadi banyak produk dan itu membuat partisipan kebingungan.

20. Task 20 Melihat detail pembayaran

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur detail pembayaran.

- Skenario: “ Bayangkan anda sudah melakukan checkout kemudian anda ingin melakukan pembayaran product serta melihat kode dan petunjuk pembayaran, Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *payment method*.

STT-NF
Tabel 23 melihat detail pembayaran

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dapat menyelesaikan task dengan cepat dan benar serta user sangat mengeksplore fitur tersebut secara detail
Siti Hinggit	7	User memahami flow dari fitur payment details
Muthiara	6	User merasa prototype dibagian payment method agak mengalami kesulitan
Aini Cahyaning	7	User memahami flow dari payment dengan baik

Ariansyah	7	User merasa sudah sangat baik karena ada banyak metodenya
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 23, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

21. Task 21 Memilih metode pengiriman

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur metode pengiriman.

- Skenario: “ Bayangkan anda sudah melakukan checkout kemudian anda memilih jasa pengiriman untuk pengiriman produk ke alamat anda, Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *shipping method*.

Tabel 24 Memilih metode pengiriman

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah mengerjakan task yang diberikan
Siti Hinggit	7	User memahami task yang diberikan
Muthiara	7	User mudah melakukan task dengan baik
Aini Cahyaning	7	User merasa mudah untuk memilih pengiriman yang diinginkan
Ariansyah	7	User memahami mudah dilihat dan sudah ada dibagian jasa pengiriman bisa memilih sesuai dengan keinginan
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 24, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

22. Task 22 Memonitor produk yang telah dibeli

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur *tracking* produk yang telah dibeli.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda ingin melihat keberadaan product yang sudah anda pesan, apa yang akan anda lakukan agar bisa mengetahui lokasi product anda saat ini? ”
- Goal: Menekan tombol *My Order* > *section Complete*.

Tabel 25 Memonitor pengiriman

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	2	User sulit menemukan shopping track
Siti Hinggiti	7	User memahami proses pesanan
Muthiara	7	User memahami flow dari fitur shopping track
Aini Cahyaning	6	User sulit menemukan shopping track
Ariansyah	7	User dengan mudah menemukan fitur tersebut
Average SEQ	5.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 25, partisipan memiliki rata – rata SEQ 5.8 point. Hal ini menunjukkan beberapa partisipan memiliki kesulitan. Pada task ini partisipan kebingungan untuk menggunakan fitur tersebut dikarenakan tempat untuk fitur *track* ini berada di halaman profil, sehingga partisipan memiliki kesulitan dalam menggunakannya.

23. Task 23 Melihat riwayat produk yang telah dibeli

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur riwayat produk yang telah dibeli.

- Skenario: “ Bayangkan anda ingin melihat product apa saja yang telah anda beli dan melihat pemesanan sebelumnya, Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”

- Goal: Menekan tombol *My Order*.

Tabel 26 Melihat riwayat pembelian

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	4	User dengan mudah mengerjakan task, tetapi user kurang menyukai tampilan/writing pada aplikasi tersebut
Siti Hinggut	7	User memahami task dan menyukai fitur tersebut
Muthiara	7	User dengan mudah memahami task yang diberikan
Aini Cahyaning	7	User dengan mudah menemukan fitur tersebut
Ariansyah	7	User memahami flow dari fitur my order
Average SEQ	6.4	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 26, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.4 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

24. Task 24 Menerima produk

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur penerimaan barang.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda sudah menerima product anda, apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi agar penjual dapat mengetahui bahwa barang tersebut sudah diterima? ”
- Goal: Menekan tombol *My Order* > *Complete*.

Tabel 27 Menerima Produk

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah mengerjakan task tersebut
Siti Hinggut	7	User dapat melakukan task dengan baik
Muthiara	7	User memahami task yang diberikan
Aini Cahyaning	7	User merasa cukup mudah dalam menggunakan fitur tersebut
Ariansyah	7	User merasa flow pada fitur tersebut mudah dipahami

Average SEQ	7
--------------------	---

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 27, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

25. Task 25 Memberikan review

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur memberikan review.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda sudah menerima produk anda tetapi anda ingin memberikan penilaian terhadap produk tersebut, apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *rate & review*.

Tabel 28 memberikan review

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah melakukan task tersebut
Siti Hinggit	7	User memahami fungsionalitas fitur dan flow pada fitur tersebut
Muthiara	7	User dengan mudah mengerjakan task
Aini Cahyaning	7	User dengan mudah memahami task dan user sangat menyukai tampilan fitur tersebut
Ariansyah	7	User memahami task dengan cepat
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 28, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

26. Task 26 Memberikan pengalaman ke forum

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur memberikan pengalaman di forum.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda ingin memberikan pengalaman setelah menggunakan product yang sudah anda beli, apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi? ”
- Goal: Menekan tombol *write experience*.

Tabel 29 memberikan pengalaman ke forum

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah menemukan fitur forum
Siti Hinggih	6	User dengan mudah mengerjakan task, tetapi user menyarankan agar user yang sudah beli saja yang bisa post pada forum
Muthiara	7	User kebingungan saat mencari bagian forum untuk memposting
Aini Cahyaning	7	User agak sedikit bingung tetapi menemukan fitur forum dengan baik
Ariansyah	7	User dengan cepat menemukan fitur forum
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 29, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

27. Task 27 Melihat notifikasi

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur notifikasi.

- Skenario: “ Bayangkan jika anda ingin melihat pemberitahuan informasi aplikasi, apa yang akan anda lakukan di dalam aplikasi? ”
- Goal: Menekan tombol *notification*.

Tabel 30 melihat notifikasi

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah menemukan fitur tersebut pada halaman utama
Siti Hinggit	7	User memahami fitur tersebut
Muthiara	7	User dengan mudah menemukan fitur notifikasi
Aini Cahyaning	7	User dengan mudah menemukan fitur notifikasi
Ariansyah	7	User dengan mudah menemukan fitur notifikasi
Average SEQ	7	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 30, partisipan memiliki rata – rata SEQ 7 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

28. Task 28 Profil

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur profil.

- Skenario: “ Bayangkan anda ingin mengubah nama anda pada akun aplikasi Apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi ? ”
- Goal: Menekan tombol *account setting*.

Tabel 31 Mengubah Profil

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	7	User dengan mudah menemukan fitur account setting
Siti Hinggit	6	User sedikit kebingungan saat mencari fitur tersebut
Muthiara	7	User dengan mudah menemukan fitur account setting
Aini Cahyaning	5	User kebingungan karena mengklik beberapa kali pada bagian profil atas tetapi harus masuk ke account setting
Ariansyah	6	User sedikit bingung dengan account setting
Average SEQ	6.2	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 31, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.2 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan. Salah satu partisipan kebingungan dengan pengaturan akun karena terbiasa dengan aplikasi lain yang jika menekan bagian profil akan ke pengaturan akun.

29. Task 29 Melakukan log out akun

Partisipan akan melakukan pengujian dengan skenario yang telah disusun sebelumnya mengenai penggunaan fitur log out akun.

- Skenario: “ Bayangkan ketika anda sudah selesai melakukan kegiatan jual-beli di dalam aplikasi, apa yang akan Anda lakukan di dalam aplikasi untuk keluar dari aplikasi tersebut ? ”
- Goal: Menekan tombol *log out*.

Tabel 32 Melakukan Log out

Participant	SEQ	Kenapa?
Rifaa Raihan	6	User dengan mudah menemukan fitur tersebut, tetapi user menyarankan untuk logout diletakkan pada halaman utama
Siti Hinggit	7	User dengan mudah menemukan fitur logout
Muthiara	7	User dengan mudah menemukan fitur logout
Aini Cahyaning	7	User dengan mudah menemukan fitur logout
Ariansyah	7	User dengan mudah menemukan fitur logout
Average SEQ	6.8	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 32, partisipan memiliki rata – rata SEQ 6.8 point. Hal ini menunjukkan partisipan tidak memiliki kesulitan.

B. System Usability Scale

Tahap kedua dalam fase test penulis memilih metode *usability* yaitu *system usability scale (SUS)*. Pada *test SUS* penulis menyusun 10 pertanyaan mengenai *usability* yang telah dilakukan yang akan dijawab oleh 5 partisipan setelah melakukan *usability testing* terhadap prototipe yang telah disusun.

Tabel 33 Hasil pertanyaan sus

No	Pertanyaan	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3	Partisipan 4	Partisipan 5
1	Saya berpikir akan menggunakan aplikasi ini lagi.	4	4	5	5	5
2	Saya merasa aplikasi ini rumit untuk di gunakan	3	2	1	2	1
3	Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan.	4	4	5	4	5
4	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain dalam hal teknis untuk menggunakan aplikasi ini	1	3	1	2	1
5	Saya merasa bahwa fitur - fitur aplikasi ini terintegrasi dengan semestinya	5	4	5	5	5
6	Saya menemukan bahwa ada banyak fitur - fitur yang belum terintegrasi dengan baik pada aplikasi ini	2	3	1	3	1
7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan aplikasi ini dengan cepat	3	4	5	4	5
8	Saya merasa aplikasi ini masih membingungkan	3	2	1	1	1
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini	4	4	4	4	5
10	Saya harus belajar banyak hal terlebih	2	5	3	4	1

dahulu sebelum saya dapat menggunakan aplikasi ini					
--	--	--	--	--	--

Setelah mendapatkan skor dari tiap partisipan, penulis melakukan perhitungan untuk mendapatkan SUS Score.

Partisipan 1

Pertanyaan bernomor ganjil:

$$\begin{aligned} \text{Odd Score} &= (4-1) + (4-1) + (5-1) + (3-1) + (4-1) \\ &= 15 \end{aligned}$$

Pertanyaan bernomor genap:

$$\begin{aligned} \text{Even Score} &= (5-3) + (5-1) + (5-2) + (5-3) + (5-2) \\ &= 14 \end{aligned}$$

Total Score Partisipan 1 adalah 29

SUS Score Partisipan 1 adalah $40 \times 2,5 = 72,5$

Partisipan 2

Pertanyaan bernomor ganjil:

$$\begin{aligned} \text{Odd Score} &= (4-1) + (4-1) + (4-1) + (4-1) + (4-1) \\ &= 15 \end{aligned}$$

Pertanyaan bernomor genap:

$$\begin{aligned} \text{Even Score} &= (5-2) + (5-3) + (5-3) + (5-2) + (5-5) \\ &= 10 \end{aligned}$$

Total Score Partisipan 2 adalah 25

SUS Score Partisipan 2 adalah $25 \times 2,5 = 62,5$

Partisipan 3

Pertanyaan bernomor ganjil:

$$\begin{aligned} \text{Odd Score} &= (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-1) + (4-1) \\ &= 19 \end{aligned}$$

Pertanyaan bernomor genap:

$$\begin{aligned} \text{Even Score} &= (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-3) \\ &= 18 \end{aligned}$$

Total Score Partisipan 3 adalah 37

SUS Score Partisipan 3 adalah $37 \times 2,5 = \mathbf{92,5}$

Partisipan 4

Pertanyaan bernomor ganjil:

$$\begin{aligned} \text{Odd Score} &= (5-1) + (4-1) + (5-1) + (4-1) + (4-1) \\ &= 17 \end{aligned}$$

Pertanyaan bernomor genap:

$$\begin{aligned} \text{Even Score} &= (5-2) + (5-2) + (5-3) + (5-1) + (5-4) \\ &= 13 \end{aligned}$$

Total Score Partisipan 4 adalah 30

SUS Score Partisipan 4 adalah $30 \times 2,5 = \mathbf{75}$

Partisipan 5

Pertanyaan bernomor ganjil:

$$\begin{aligned} \text{Odd Score} &= (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-1) \\ &= 20 \end{aligned}$$

Pertanyaan bernomor genap:

$$\begin{aligned} \text{Even Score} &= (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-1) + (5-1) \\ &= 20 \end{aligned}$$

Total Score Partisipan 5 adalah 40

SUS Score Partisipan 5 adalah $40 \times 2,5 = \mathbf{100}$

Setelah melakukan perhitungan kedalam semua partisipan, penulis menghitung rata – rata *SUS score* dari semua partisipan.

$$\begin{aligned} \text{Rata – rata } \text{SUS score} &= 72,5 \times 62,5 \times 92,5 \times 75 \times 100 / 5 \\ &= \mathbf{80,5} \end{aligned}$$

Penulis mendapatkan rata – rata SUS *score* yaitu 80,5 dengan predikat *Excellent*.

C. Analisis Deskriptif

Hasil *single ease question* (SEQ) dari 29 task untuk 5 partisipan memiliki rata – rata 6,6 dengan predikat yaitu sangat mudah dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dari SEQ mendapatkan banyak saran dari partisipan untuk meningkatkan dalam segi *user interface* agar lebih baik.

Dalam *system usability scale* (SUS) membagikan 10 pertanyaan untuk 5 partisipan setelah melakukan tes terhadap prototipe. Setelah dilakukan SUS melakukan perhitungan seperti yang ada dalam sebelumnya. Pada partisipan 1 memiliki rata – rata 72,5, partisipan 2 memiliki rata – rata 62,5, partisipan 3 memiliki rata – rata 92,5, partisipan 4 memiliki rata – rata 75, dan partisipan 5 memiliki rata – rata 100. Didapatkan SUS *Score* dengan menambahkan semua *score* partisipan dan dibagi dari jumlah partisipan tersebut, didapat SUS *score* yaitu 80,5 dengan predikat *excellent*.

STT - NF

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dari keseluruhan proses yang dilakukan dalam penelitian ini, dan terdapat pemaparan saran untuk menjadi masukan bagi pengembangan lebih lanjut.

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan desain *beauty e commerce* berbasis *mobile* dapat menjawab rumusan masalah yang telah didefinisikan sebelumnya:

- a. Perancangan ui/ux aplikasi *beauty e-commerce* melalui aplikasi figma dari segi riset hingga pembuatan *prototype*.
- b. Perancangan ui/ux aplikasi *beauty e commerce* yang dinamai *helow beauty* mengimplementasi dari metode *design thinking*, dari segi mengumpulkan data hingga tahap *usability* yaitu *single ease question* dengan nilai 6,6 dengan predikat baik dan *system usability scale* dengan nilai rata – rata 80,5 dengan predikat *excellent*.

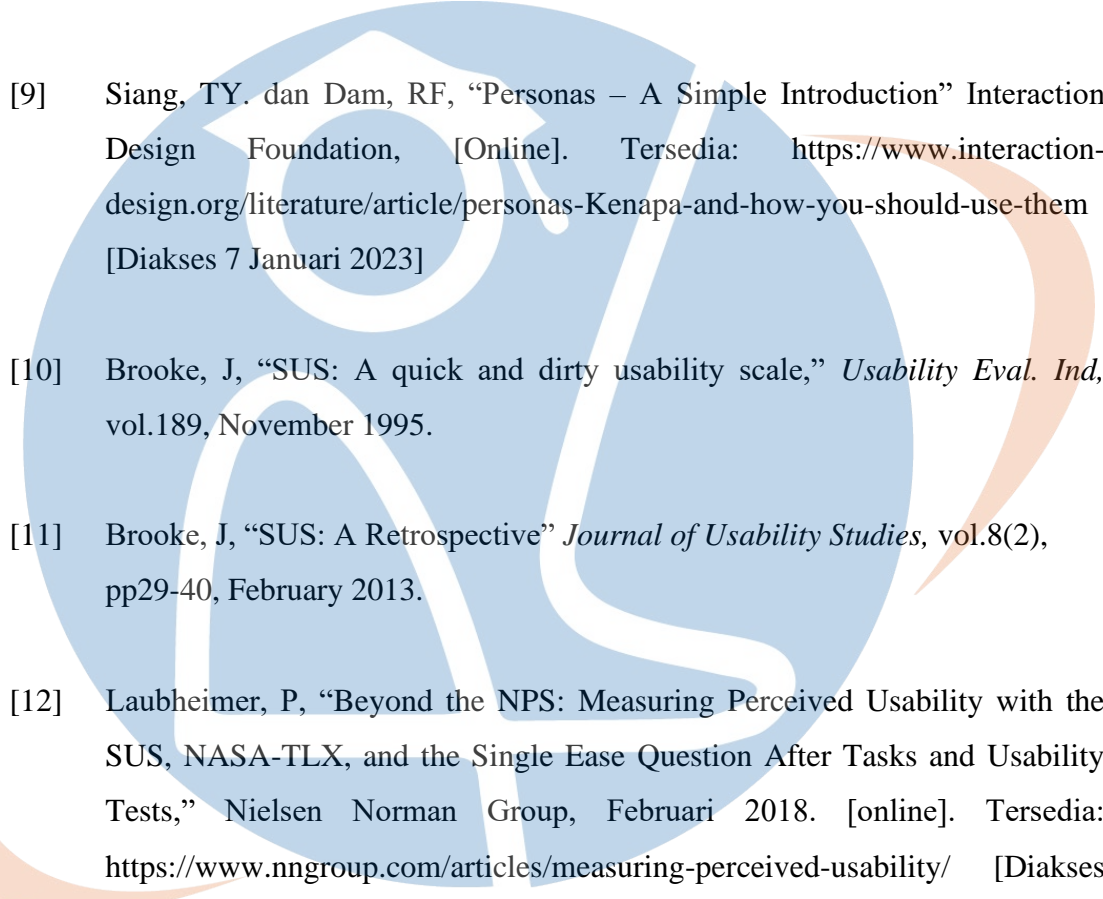
5.2 Saran

Pada penelitian ini menggunakan platform *mobile* dan masih banyak kekurangan yang dapat dikembangkan lagi. Beberapa hal yang dapat dikembangkan kembali:

- a. Perancangan ui/ux aplikasi *beauty e commerce* ini masih berbentuk dalam prototipe untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan pengembangan dari prototipe *beauty e commerce* ini menjadi sebuah aplikasi.
- b. Perancangan *beauty e commerce* ini masih dalam berbentuk *mobile* sehingga dapat dikembangkan ke dalam bentuk platform lainnya seperti *website*.
- c. Saran dari pengguna diterima oleh penulis dan dilakukan perbaikan dalam segi ui/ux untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Katrina B. & Benedict L., “Indonesia’s Top 4 Ecommerce Product Categories,” Janio Asia, 2019 [Online]. Tersedia: <https://janio.asia/articles/indonesia-s-top-e-commerce-product-categories>. [Diakses 8 November 2022]
- [2] Annur, C. “Daftar Negara Paling Sering Belanja Online, Indonesia Peringkat ke-5,” Databoks Katadata 2022 [Online]. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5>. [Diakses 7 November 2022].
- [3] E. Turban, D. King, J.K. Lee, T.P. Liang, D.C. Turban, *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Switserland: Springer. 2015. [Online] Tersedia: Springer.
- [4] Marcus A., “Dare We Define User-Interface Design?” *Interactions*. 9. 19-24. 10.1145/566981.566992, September 2002.
- [5] D. Norman, J. Nielsen, “The Definition of User Experience (UX)” Nielsen Norman Group, [Online]. Tersedia: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. [Diakses 21 November 2022]
- [6] Interaction Design Foundation, “What is Design Thinking and Kenapa is it so Popular,” Interaction Design Foundation, [Online]. Tersedia: <https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-kenapa-is-it-so-popular>. [Diakses 21 November 2022]
- [7] Figma, “Figma,” Figma, 7 Juli 2021. [Online]. Tersedia: <https://figma.com/about> [Diakses 3 Januari 2023]

- 
- [8] BPS, “Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen), 2017-2019,” BPS. [Online]. Tersedia: <https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html> [3 Januari 2023]
- [9] Siang, TY. dan Dam, RF, “Personas – A Simple Introduction” Interaction Design Foundation, [Online]. Tersedia: <https://www.interaction-design.org/literature/article/personas-Kenapa-and-how-you-should-use-them> [Diakses 7 Januari 2023]
- [10] Brooke, J, “SUS: A quick and dirty usability scale,” *Usability Eval. Ind.*, vol.189, November 1995.
- [11] Brooke, J, “SUS: A Retrospective” *Journal of Usability Studies*, vol.8(2), pp29-40, February 2013.
- [12] Laubheimer, P, “Beyond the NPS: Measuring Perceived Usability with the SUS, NASA-TLX, and the Single Ease Question After Tasks and Usability Tests,” Nielsen Norman Group, Februari 2018. [online]. Tersedia: <https://www.nngroup.com/articles/measuring-perceived-usability/> [Diakses 11 Januari 2023]

STT - NF

LAMPIRAN

No	Pertanyaan	Peserta 1	Peserta 2	Peserta 3	Peserta 4	Peserta 5
1	perkenalan nama, usia, pekerjaan.	Nama : N Usia : 23 Pekerjaan : Karyawan Swasta	Nama : S Usia : 22 Tahun Pekerjaan : Mahasiswa & freelance desainer baju	Nama : V Usia : 21 tahun Pekerjaan : Mahasiswa	Nama : M Usia : 21 tahun Pekerjaan : Mahasiswa	Nama : A Usia : 22 tahun Pekerjaan : Mahasiswa & IT Support
2	Apakah anda dapat menemukan produk dipasaran yang sesuai dengan permasalahan/ kebutuhan jenis kulit anda?	Ya, saya dapat menemukan produk dengan permasalahan kulit saya	Sebenarnya baru sekarang saya menemukan produk yang benar-benar cocok untuk semua kulit saya awalnya kan ngikutin brand di iklan TV tapi permasalahan di kulit sy makin membandel, dan sekitar 2020 saya menemukan skincare clorismen itu memang cocok dengan kulit sy tapi tidak terlalu banyak perubahannya nah pada akhirnya ada launching produk terbaru dari MS Glow yaitu MS Glow for men yang di Peruntukan untuk kebutuhan kulit Pria dan sakarang tidak	Iya bisa menemukannya.	Saya juga bisa menemukannya karena di ecommerce banyak barang product yang dijual berbagai macam.	iyaa,, saya menemukan produk sesuai dengan kebutuhan jenis kulit saya

			mau berpindah ke produk lain			
3	Biasanya membeli skincare di toko online atau offline?	Toko Online	Produk yang dulu sebelumnya online, kalau sekarang offline langsung ke Store cabang resminya untuk menghindari pembelian produk tiruan atau mendapatkan produk yang original	Toko online lewat shopeemall	Online soalnya lebih efektif dan efisien soalnya bisa langsung dianter.	dua duanya
4	Biasanya pakai aplikasi apa? (jika toko online)	Shopee	Kalau online Biasanya lewat shopee tentunya dengan melihat rating dan ulasan terlebih dahulu	Biasanya shopee.	Shopee lebih mudah saja.	di shopee, karena untuk proses pembelian dan pembayaran relatif mudah
5	Jenis skincare apa yang sedang anda gunakan? (toner,serum dll)	Toner, Sunscreen serum, serum	Facial wash sama Brightening cream	Micellar water, Facial wash, toner, moisturizer, sunscreen.	micellar water, facial wash, toner, essence, serum, moisturizer, sunscreen.	moisturizer
6	Seberapa penting menggunakan skincare bagi anda?	Penting, karna tubuh perlu dirawat tak hanya kaki tangan atau tubuh saja tetapi wajah juga.	Penting banget seperti yang saya katakan sebelumnya bahwa Grooming sangat penting terlebih untuk di Dunia kerja itu akan di lihat . Selain itu penting juga	Penting banget karena buat investasi kulit harus dijaga bahkan sampai tua. sunscreen itu wajib karena kalau tidak	penting karena banyak perubahan saat memakai skincare.	penting karena untuk meregenerasi kulit

			untuk kulit terlebih laki2 yg beraktivitas banyak diluar ruangan yang banyak sekali masalah kulit yang membandel seperti jerawat, kulit berminyak, komedo dan kusam itu sering kali kita tidak percaya diri dengan hal itu	pakai bisa kanker kulit.		
7	Bagaimana cara anda untuk mengetahui jenis kulit anda?	Selalu mencek wajah ketika bangun dan sebelum waktu tidur.	Melihat di YouTube tentang karakter2 kulit pria dan bagaimana solusinya	Diliat dari keadaan kulit saat ini dan riset lewat konten2 youtube.	dari ngerasanya aja kaya banyak minyak setelah apply skincare atau setelah cuci muka.	konsultasi sama dokter
8	Bagaimana cara anda dapat mengetahui permasalahan kulit yang sedang anda alami?	Selalu mencek wajah ketika bangun dan sebelum waktu tidur.	Cara mengetahuinya dengan melihat sendiri flek hitam yang ada kulit, komedo dan timbulnya jerawat	lebih sering ngaca terus liat apa ada jerawat atau nga.	lebih peka aja sama muka lagi butuh apa sih ini kalo lagi ada jerawat apply obat jerawat. ngeliat keadaan di muka.	Selalu mengecek keadaan muka, jika terdapat gejala yang tidak enak
9	Menurut anda perlu nggak sih memahami jenis kulit dan permasalahan	Perlu banget, kita harus tau jenis kulit kita sebelum dirawat apakah ada problem seperti jerawat , muka berminyak, wajah	Perlu banget, karena kl kita paham akan hal itu kita tidak akan membiarkan masalah kulit itu sendiri	Perlu banget karena biar kia tau jenis skincare apa yang cocok yang sesuai sama jenis kulit dan	perlu karena muka kita pasti ada product yang tidak cocok bahannya, mungkin bisa	perlu memahami karena kita mengetahui jenis kulit kita sendiri

	yang sedang dialami?	kering yang nanti kalau dirawat dengan skin care pun beda beda jenisnya. Jangan sampai nanti salah memakai skincare hanya karna kita tidak mengenali jenis kulit kita.		persmasalahan yang ada.	diteliti lagi muka kita cocoknya apa.	
10	Apa yang paling anda perhatikan dalam memilih produk skincare?	Fungsional produk itu sendiri dan juga review dari banyak penggunaannya.	Dalam memilih produk yang saya perhatikan adalah brand , Review customer sama uji kelayakannya sudah terdaftar gak di BPOM dan benar-benar halal dan aman gak	sesuai jenis kulit, permasalahan kulit , dan kandungan2 pada skincarenya.	produk yang mencerahkan soalnya lagi butuh itu saat ini.	kandungannya karena kita harus menyocokkan dengan jenis kulit
11	Kendala apa yang pernah anda alami dalam membeli skincare?	Pernah beli tetapi tidak memberikan efek apa apa.	Untuk sejauh ini kendalanya bisa dibilang ndk ada ya	Kendala pas udah beli malah tidak cocok sama skincarenya.	kendalanya karena saat ini sudah banyak banget variasi dan saling berlawanan. jadi sulit mencari skincare mana yang terbaik.	barang yang di dapat dikemas dengan gak rapih

STT - NF