

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjabarkan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil desain dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu akan diberikan saran untuk *Website* Toko DJ Collection.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil konsep desain dan analisis yang telah dilakukan, berikut kesimpulan dari hasil penelitian ini.

1. Kebutuhan yang perlu dipenuhi untuk rancangan *website* Toko DJ Collection diperoleh dari hasil identifikasi kebutuhan konsumen dan studi literatur. Jumlah kebutuhan yang didapat sebanyak 47 kebutuhan.
2. Konsep desain dirancang dengan memperhatikan kebutuhan konsumen dan studi literatur. Selanjutnya dilakukan perancangan dua alternatif konsep yang terdiri dari Konsep 1 dan Konsep 2.
3. Konsep desain *website* menghasilkan pilihan dua alternatif desain yang akan dipilih oleh pemilik Toko DJ Collection menjadi konsep desain akhir. Konsep desain tersebut akan digunakan untuk proses perancangan *website* Toko DJ Collection. Konsep desain terpilih akan digunakan untuk tampilan *website*.
4. Hasil evaluasi konsep desain *website* Toko DJ Collection yang memperhatikan *usability factors* dinilai sangat baik dengan nilai *efficiency* 78%, *effectiveness* 77%, *learnability* 87% dan nilai *SUS Score* 81,364.

V.2 Saran

Saran yang diberikan untuk penelitian ini dan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya dilakukan identifikasi kebutuhan dengan jumlah responden yang lebih banyak agar didapat kebutuhan-kebutuhan lain yang dapat membuat tampilan *website* memiliki tingkat *usability* yang lebih tinggi.
2. Studi literatur sebaiknya dilakukan lebih mendalam dengan mencari referensi yang lebih banyak. Hal tersebut dilakukan agar semakin banyak acuan yang digunakan untuk proses perancangan, diharapkan akan menghasilkan tampilan *website* yang memiliki tingkat *usability* dengan nilai lebih tinggi.
3. Sebelum melakukan perancangan *website* atau prototipe, sebaiknya peneliti melakukan *expert evaluation* yang dilakukan oleh para ahli di bidang *usability*. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisasi terjadinya *usability problem* dan meningkatkan nilai dari hasil *usability testing*. Selain itu para ahli tersebut akan menilai *website* atau prototipe yang dirancang dari sisi pengguna sehingga apabila terjadi kesulitan dalam proses evaluasi yang membutuhkan banyak responden, hal ini menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan karena menghemat waktu dan sumber daya.
4. Usulan tampilan dari hasil *usability problem website* Toko Dj Collection segera diimplementasikan dan dilakukan proses evaluasi lebih lanjut. Hal tersebut dilakukan agar didapat hasil tampilan *website* dengan nilai *usability* yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Setelah proses evaluasi dilakukan, apabila masih terdapat keluhan atau *usability problem* yang disampaikan responden maka sebaiknya peneliti memperbaiki kembali tampilan *website* untuk proses penyempurnaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2015). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Jakarta: Puskakom UI. Diunduh dari <http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui>. Diakses pada tanggal 31 Januari 2017.
- Ays, V. (2016, 8 November). Perkuat Promosi di Media Digital. Kompas, p.18.
- Belluck, P. (2009). Reinvent Wheel? Blue Room. Defusing a Bomb? Red Room. Diunduh dari <http://www.nytimes.com/2009/02/06/science/06color.html?mcubz=1>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2017.
- Brooke, J. (2013). SUS: A Retrospective. *Journal of Usability Studies*, Vol 8, Issue 2, pp 29-40. Diunduh dari: <http://uxpajournal.org/sus-a-retrospective/>.
- Brooke, J. (1996). SUS: A "quick and dirty" usability scale. In P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester, & A. L. McClelland (Eds.), *Usability Evaluation in Industry*. London: Taylor and Francis. <https://hell.meiert.org/core/pdf/sus.pdf>.
- Brooke, J. (2013). SUS: A Retrospective. *Journal of Usability Studies*, Vol 8, Issue 2, pp 29-40. Diunduh dari: <http://uxpajournal.org/sus-a-retrospective/>.
- Casalo, L.V., Flavian, C., & Guinaliu, M. (2008). The Role of Satisfaction and Website Usability in Developing Customer Loyalty and Positive Word-of-Mouth in the E-Banking Services. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25 No 6, pp.399-417. Doi: 10.1108/02652320810902433. Diunduh dari: <http://www.emeraldinsight.com/loi/ijbm>.
- Dingli, A., & Cassar, S. (2014). An Intelligent Framework for Website Usability. *Advance in Human-Computer Interaction Volume 2014*. Diunduh dari: <https://www.hindawi.com/journals/ahci/2014/479286/>.
- Flavian, C., & Guinaliu, M. (2006). Consumer trust, perceived security, and privacy policy: three basic elements of loyalty to a website. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106 Nos 5/6, pp. 601-20. Diunduh

dari: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36763921/LAMPIRAN_JURNAL_luis_v_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1486631766&Signature=hVGKUuaSm5pyDSjLnoYw6%2FHa668%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLAMPIRAN_JURNAL_luis_v_1.pdf.

- Friedman, V. (2008, Januari). 10 Principles of Effective Web Design. *Smashing Magazine*. Diunduh dari: <https://www.smashingmagazine.com/2008/01/10-principles-of-effective-web-design/>.
- Green, D. T., & Pearson J. M. (2009). The examination of two web site usability instruments for use in B2C e-Commerce Organizations. *Journal of Computer Information Systems*. Diunduh dari: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Examination-of-Two-Web-Site-Usability-Green-Pearson/66e3657520f8ccdf55d917fd76e518db49b65fc9>.
- Haag & Keen. (1996). *Information Technology: Tomorrow's Advantage Today*. Hammond: McGraw – Hill College.
- Hidayat, T. (2008). *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. Jakarta: MediaKita.
- Jamalludin, A. (2016). TA: Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode Webqual 4.0 pada Website *Stikom Career Center*. Surabaya: Stikom. Diunduh dari: <http://sir.stikom.edu/1631/>.
- Leavitt, M. & Shneiderman, B. (2006). *Research-Based website design and Usability Guidelines*. Washington: U.S. General Services Administration. Diunduh dari https://www.usability.gov/sites/default/files/documents/guidelines_book.pdf.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jakarta: Bank Sentral Republik Indonesia. Diunduh dari: <http://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>.
- Lubis, M. (2014, 3 September). Konsumen Indonesia Mulai Menyukai Belanja Online. Diunduh dari <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>.

- Lynch, P., & Horton, S. (2009). *Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web sites*. Indiana: Courier, Kendallville in Kendallville.
- Med, H. (2016, 8 Desember). Pelaku Usaha Mulai Mengandalkan Metode Pemasaran Digital. Kompas, p.17.
- Munawar, K. (2009). *E-commerce*. Diunduh dari <http://staff.uns.ac.id>. Diakses tanggal 22 September 2016.
- Nielsen, J. (1994). Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier. *Guerrilla HCI*. Diunduh dari: <ftp://cs.umanitoba.ca/pub/cs371/Readings/Guerrilla.pdf>.
- Nielsen, J. (2011, Januari). Top 10 Mistakes in Web Design. *Nielsen Norman Group*. Diunduh dari <https://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/>.
- Nielsen, J., & Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces. C. DOI: 10.1145/97243.97281. *CHI '90 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 249-256*. Diunduh dari <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.
- Oxford Global Languages. (2014). Oxford Dictionaries. Oxford: Oxford University Press. Diunduh dari <https://www.oxforddictionaries.com/>.
- Palmer, J. W. (2002). Website Usability, Design and Performances Metrics. *Information Systems Research, 13,2*; ABI/INFORM Global pg.151. Diunduh dari http://j.pelet.free.fr/publications/ergonomie_interaction_homme_machine/Web_site_usability,_design,_and_performance_metrics.pdf.
- Palys, T. (2008). Purposive Sampling. In L. M. Given (Ed.) *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. (Vol.2). Sage: Los Angeles, pp. 697-8. Diunduh dari : <https://www.sfu.ca/~palys/Purposive%20sampling.pdf>.
- Prayoga, S., & Sensuse, D. (2010). Analisis *Usability* pada Aplikasi Berbasis Web dengan Mengadopsi Model Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*). *Journal of Information Systems, 6*. Diunduh dari <http://jsi.cs.ui.ac.id/index.php/jsi/article/view/278>.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. United Kingdom: Wiley & Sons.
- Raymond, L., Croteau, A, -M., & Bergeron, F. (2011). The Strategic Role of IT as an Antecedent to the IT Sophistication and IT Performance of

- Manufacturing SMEs. *International Journal on Advances in Systems and Measurements*, vol. 4 no. 3 & 4. Diunduh dari http://www.iariajournals.org/systems_and_measurements/.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta : Sekretariat Negara. Diunduh dari :
- <http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/Strategi%20Pemberdayaan%20UMKM.pdf>. Diakses pada tanggal 5 Januari 2017.
- Rubin, J. & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing*. Diunduh dari: www.it-ebooks.info.
- Sidik, B. (2001). *Pemrograman Web dengan HTML*. Bandung: Informatika Bandung.
- Sutalaksana, Z. (1979). *Teknik Tata Cara kerja*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2012). *Product design and development* (ed. 5). New York: McGraw-Hill.
- US.Department of Health & Human Services. (2016). Interaction Design Basics. Diunduh dari <https://www.usability.gov/what-and-why/interaction-design.html>. . Diakses tanggal 22 September 2016.
- Website. (n.d). Di dalam Oxford Online Dictionaries (2017 ed.). Diunduh dari <https://en.oxforddictionaries.com/definition/website>.
- Widiartanto, Y.H. (2016). Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. Diunduh dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. Diakses pada tanggal 4 Januari 2017.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.