

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan dan saran dari perancangan aplikasi Toko Sepatu X yang telah dilakukan. Kesimpulan dibuat untuk mengetahui hasil secara keseluruhan perancangan aplikasi tersebut. Saran juga dibuat untuk memberikan usulan dan dapat memberikan perbaikan.

V.1 Kesimpulan

Terdapat beberapa kesimpulan yang dari perancangan aplikasi Toko Sepatu X. Kesimpulan ini dibuat guna menjawab tujuan yang sudah dibuat sebelumnya. Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan pada saat merancang aplikasi Toko Sepatu X :

1. Pada saat tahap *discovering requirements* didapatkan 25 kebutuhan sekunder yang dikelompokkan menjadi 7 kebutuhan primer yang perlu dipenuhi dalam proses perancangan aplikasi Toko Sepatu X. Kebutuhan tersebut didapatkan dari hasil wawancara dengan 15 orang responden dan pemilik Toko Sepatu X. Kebutuhan tersebut dapat dilihat pada Tabel III.15
2. Perancangan prototipe menghasilkan dua buah aplikasi yaitu aplikasi Toko Sepatu X untuk pembeli dan aplikasi untuk admin. Aplikasi Toko Sepatu X untuk pembeli memiliki fitur untuk membeli produk, membandingkan produk, notifikasi, keranjang, *wishlist*, *customer service*, *filter*, *sort*, *membership*, profile dan berita. Rancangan aplikasi untuk admin memiliki fitur untuk memasukan produk baru untuk dijual, mengganti informasi produk yang sudah ada, melihat pesanan pembeli, menyelesaikan pesanan pembeli, melayani pertanyaan pelanggan baik *chat* atau telepon, melihat informasi toko, dan menulis berita.
3. Hasil evaluasi aplikasi Toko Sepatu X untuk pembeli dan aplikasi untuk admin memiliki kriteria *effectiveness*, *eficiency*, *usefulness*, dan *satisfaction* yang baik. Rancangan aplikasi Toko Sepatu X untuk pembeli memiliki *effectiveness* sebesar 87% dan untuk aplikasi admin sebesar

93% dari nilai maksimal sebesar 100%. Untuk rancangan aplikasi pembeli memiliki *efficiency* sebesar 86% sedangkan untuk aplikasi admin memiliki nilai 96% dari nilai maksimal sebesar 100%. Untuk kriteria *usefulness* aplikasi pembeli memiliki nilai sebesar 5,93 sedangkan untuk aplikasi admin sebesar 5,84 dari nilai maksimal sebesar 7. Untuk kriteria *satisfaction* aplikasi pembeli memiliki nilai sebesar 5,72 sedangkan untuk aplikasi admin sebesar 5,68 dari nilai maksimal sebesar 7.

V.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dibuat berdasarkan perancangan yang dilakukan. Saran tersebut dibuat guna memberikan usulan dan dapat memberikan perbaikan di kemudian hari. Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan peneliti setelah melakukan perancangan aplikasi Toko Sepatu X :

1. Pada tahap evaluasi, lebih baik jika seluruh penghitungan waktu pengerjaan *task* menggunakan aplikasi yang dibuat untuk menguji *usability testing* seperti aplikasi *maze* yang dapat menghitung waktu dengan akurat.
2. Pada tahap perancangan aplikasi sebaiknya tidak ada tahap yang dilakukan secara daring. Hal ini karena gangguan seperti sinyal hilang dapat terjadi pada saat proses sedang berlangsung dan hal ini dapat mempengaruhi hasil penelitian yang dilakukan .
3. Pada penelitian berikutnya, aplikasi dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, H. M. (1994). *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT PBP.
- Anestia, C. (2016). Pengguna Mobile Lebih Suka Pakai Aplikasi Dibanding Browser. Liputan6. Diunduh dari <https://www.liputan6.com>
- Angga, K.P., Nyoto, R.D., Pratiwi, H.S., (2017). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace penyedia jasa les private di kota Pontianak Berbasis Web. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 2(5), pp.1-5.
- Badan Pusat Statistik (2020). Statistik E-commerce di <https://bps.go.id> (Diakses 11 Maret 2022)
- Peschiera, S. (2018). Choosing colors for web design: A practical UI color application guide di <https://dribbble.com/stories/2018/12/19/choosing-colors-for-web-design-a-practical-ui-color-application-guide> (Diakses 3 Agustus 2022)
- BingungOnline. (2020). 7 Rekomendasi Font Untuk Design UI Mobile Apps di <https://bingungonline.com/font-mobile-apps/> (Diakses 21 Juli 2022)
- Gao, M., Kortum, P., dan Oswald, F. (2018). Psychometric Evaluation of the USE (Usefulness, Satisfaction, and Ease of use) Questionnaire for Reliability and Validity. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 62(1), 1414–1418. doi:10.1177/1541931218621322
- Gary, B. S. Thomas J. C., & Misty E, V. (2007). *Discovering Computers: Fundamentals*, 3th ed. Jakarta: Salemba Infotek.
- Huda, B. dan Priyatna, B. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce. *SYSTEMATICS*, 1(2), 81-88.
- Permana, A. (2020, September). Dampak Positif Pandemi COVID-19 Bagi Akselerasi Transformasi Digital. di <https://www.itb.ac.id/berita/detail/57613/dampak-positif-pandemi-covid-19-bagi-akselerasi-transformasi-digital> (Diakses 3 Februari 2022)

- jmango. (2020). Mobile App versus Mobile Website Statistics: 2020 and beyond. di <https://jmango360.com/mobile-app-vs-mobile-website-statistics/> (Diakses 4 Februari 2022)
- Knerl, L. (2020, 28 Oktober). E-commerce vs Online Marketplace: What Are the Benefits for SMBs? di <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/ecommerce-vs-online-marketplace> (Diakses 2 Maret 2022)
- Lund, A. M. (2001). Measuring usability with the USE questionnaire. *Usability Interface*, *Usability interface*, 8(2), 3-6
- Material.io. (2022). *Material Design*. di <https://material.io/> (Diakses 20 Juli 2022)
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc.
- Nguyen, K. A. (2021). Top Ecommerce Sites in Asia, di <https://magenest.com/en/top-ecommerce-sites-in-asia/> (Diakses 28 Februari 2022)
- Novianty, D. (2021). Kominfo: Pengguna Internet Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia. Suara. Diunduh dari <https://www.suara.com>
- Ogedebe, P. M. dan Jacob, B. P. (2012). Software Prototyping: A Strategy to Use When User Lacks Data Processing Experience. *ARPN Journal of Systems and Software*, 2(6), 219-224.
- Owen, J. (2019). 10 Disadvantages Of Social Media Marketing & What To Do?. dari <https://techjackie.com/disadvantages-of-social-media-marketing/> (Diakses 20 Maret 2022)
- Preece, J. Rogers, Y., dan Sharp, H. (2019). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, 5th Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Puput. (2020). Mengidentifikasi Kebutuhan Pelanggan. Diakses pada tanggal 22 Februari 2022, dari <https://www.pelatihan-sdm.net/mengidentifikasi-kebutuhan-pelanggan/> (Diakses 22 Februari 2022)
- Rubin, J. dan Chisnell, D. (2008). *Handbook Testing, Usability (Second Edi, Issue 2)*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Septiawati, E. (2021). 5 Perbedaan E-commerce, Marketplace dan Online Shop. di <https://economy.okezone.com/read/2021/11/03/455/2495843/5-perbedaan-e-commerce-marketplace-dan-online-shop> (Diakses 5 Agustus 2022)
- Similarweb.com. (2022). Top Websites Ranking. Di <https://www.similarweb.com/>

- top-websites/category/e-commerce-and-shopping/ (Diakses 28 Februari 2022)
- Siang, Y. T. (2020). *What is Interaction Design?* Di <https://www.interactiondesign.org/literature/article/what-is-interaction-design> (Diakses 16 Februari 2022)
- Sudijono, A. (2011). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sutalaksana, I. Z. (2006). *Teknik Tata Cara Kerja*. Institut Teknologi Bandung. MTI-ITB.
- Ulya, F. N. (2021). Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline. Kompas. Diunduh dari <https://money.kompas.com/>
- Warjiyo, P. (2021). Bisnis E-Commerce Semakin Gurih. Di <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-e-commerce-semakin-gurih> (Diakses 20 Juli 2022)
- Winograd, T. (1997). *Computing machinery to interaction design*. In. Denning and R. Metcalfe (eds.) *Beyond Calculation: The Next Fifty Years of Computing*. New York: Springer-Verlag.
- Wrightstone, J. W. (1956). *Evaluation in Modern Education*. New York: American Book Co.
- Zaki, A. dan Community, S. (2008). *Belajar Komputer PHP dan MySQL*. Semarang: Elex Media komputindo.