

**PERANCANGAN ANTARMUKA DAN PENGALAMAN
PENGGUNA PADA WEBSITE TOKO ONLINE HEUVEL
TRIBE DENGAN METODE DESIGN THINKING**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

MUHAMMAD FARHAN

21.11.4263

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**PERANCANGAN ANTARMUKA DAN PENGALAMAN
PENGGUNA PADA WEBSITE TOKO ONLINE HEUVEL
TRIBE DENGAN METODE DESIGN THINKING**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

MUHAMMAD FARHAN

21.11.4263

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN ANTARMUKA DAN PENGALAMAN PENGGUNA
PADA WEBSITE TOKO ONLINE HEUVEL TRIBE DENGAN METODE
DESIGN THINKING**

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Farhan

21.11.4263

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 30 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Lilis Dwi Farida, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302288

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PERANCANGAN ANTARMUKA DAN PENGALAMAN PENGGUNA
PADA WEBSITE TOKO ONLINE HEUVEL TRIBE DENGAN METODE
DESIGN THINKING

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Farhan

21.11.4263

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Moch Farid Fauzi, M.Kom
NIK. 190302284

Nur Aini, A.Md., M.Kom
NIK. 190302066

Lilis Dwi Farida, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302288

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 30 Juli 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusriani, M.Kom
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Muhammad Farhan
NIM : 21.11.4263

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

PERANCANGAN ANTARMUKA DAN PENGALAMAN PENGGUNA PADA WEBSITE TOKO ONLINE HEUVEL TRIBE DENGAN METODE DESIGN THINKING

Dosen Pembimbing : Lilis Dwi Farida, S.Kom, M.Eng

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 30 Juli 2025

Yang Menyatakan,



5A69AMX407638356

Muhammad Farhan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Studi Informatika.

Perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini penuh tantangan dan proses pembelajaran yang sangat berharga. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat melalui proses ini hingga tuntas. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti.
2. Bu Lilis Dwi Farida, S.Kom, M.Eng sebagai dosen pembimbing yang baik dan humble serta memberikan solusi sehingga permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat, ide, dan dukungan positif.
4. Pengembang teknologi Kecerdasan Buatan (AI) yang telah menciptakan inovasi luar biasa dan sangat membantu penulis sebagai teman berdiskusi dan brainstorming selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk membantu pembuatan skripsi yang lebih baik.

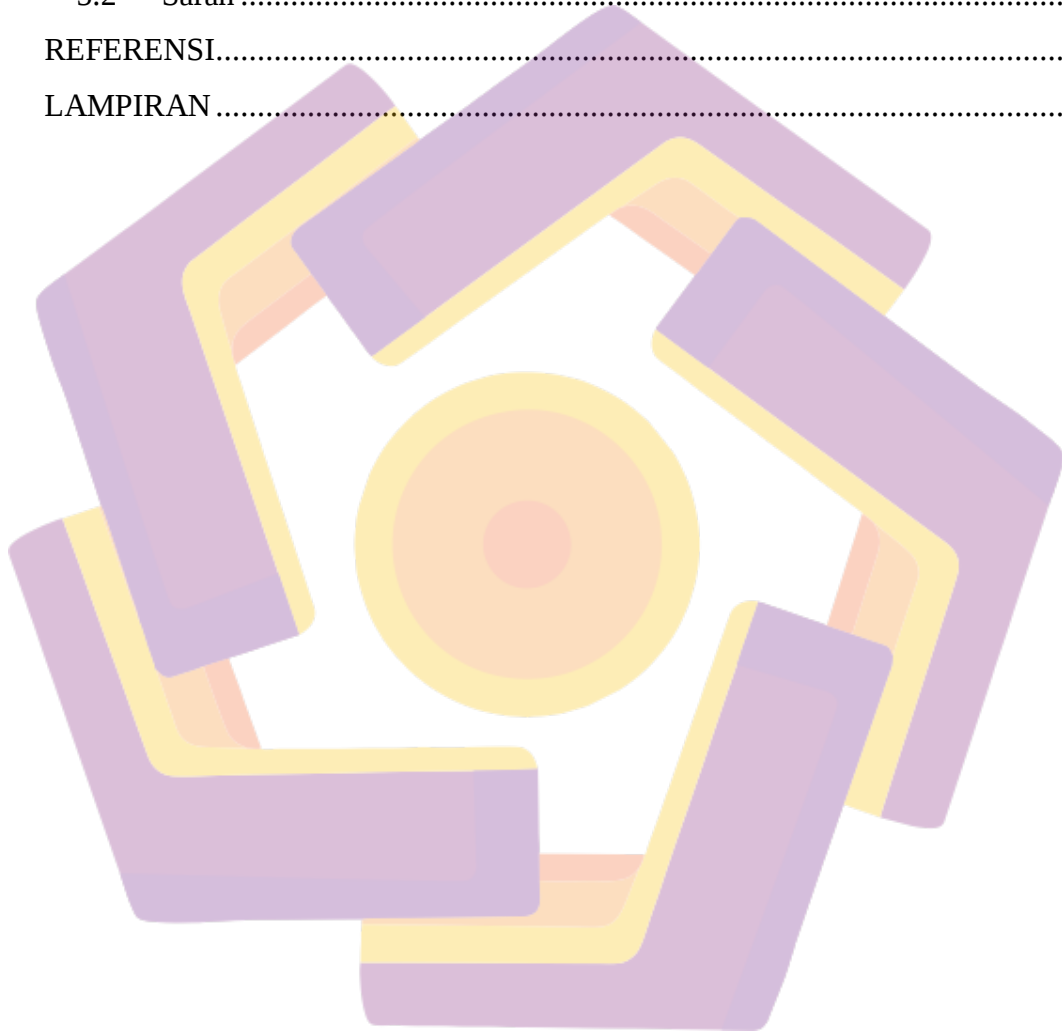
Yogyakarta, 7 Juli 2025

Muhammad Farhan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Studi Literatur	5
2.2 Dasar Teori	10
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Objek Penelitian	15
3.2 Alur Penelitian	15
3.3 Alat dan Bahan	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1. <i>Emphatize</i>	27
4.2. Define	38

4.3. Ideate.....	41
4.4. Prototyping.....	56
4.5. Testing	69
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
REFERENSI.....	81
LAMPIRAN	84



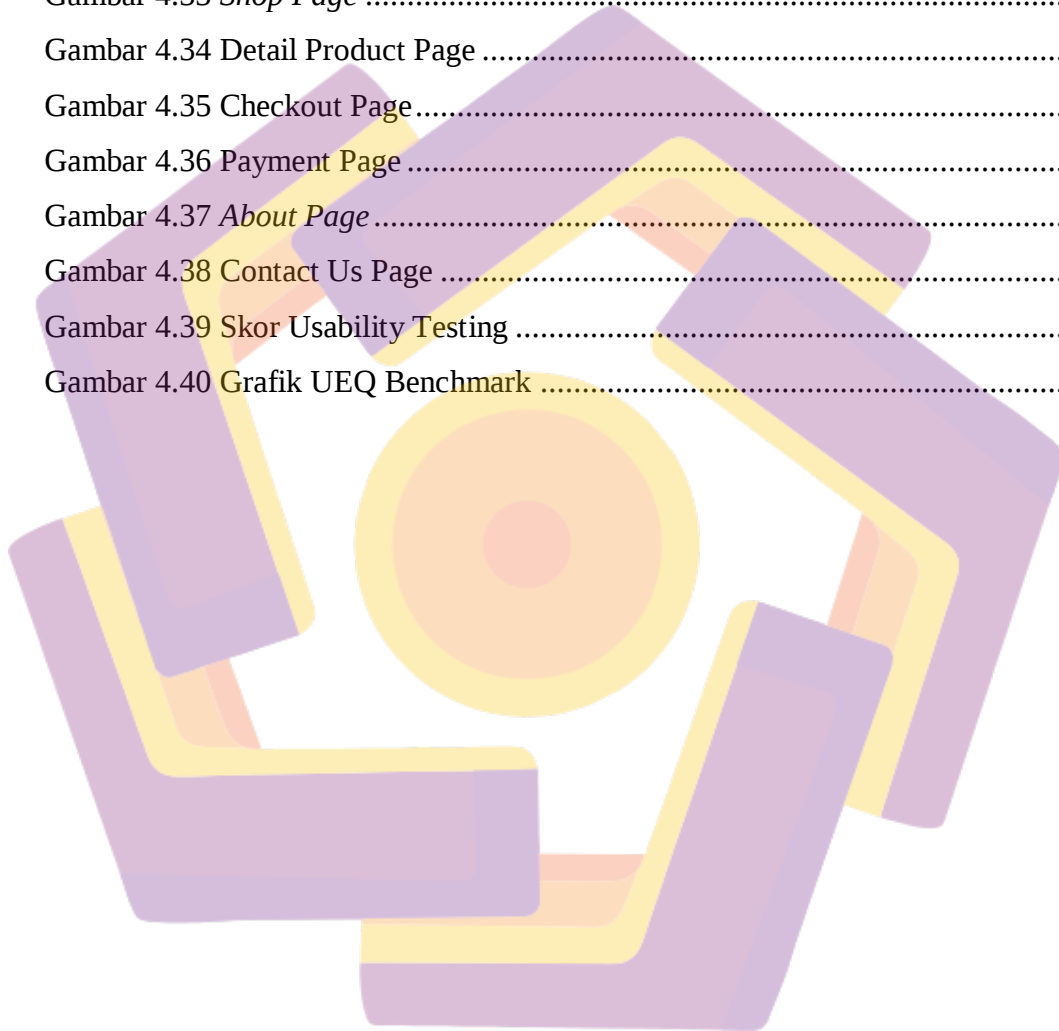
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keaslian Penelitian.....	7
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	29
Tabel 4.4 How Might We	422
Tabel 4.5 Tugas Usability Testing.....	699
Tabel 4.6 Hasil <i>Usability Testing</i> Maze.....	70
Tabel 4.7 Skala Inkonsistensi Responden.....	72
Tabel 4.8 <i>Cronbach's Alpha</i> dan Reabilitas UEQ.....	73
Tabel 4.9 Mean dan Variance Setiap Skala	73
Tabel 4.10 Skala UEQ (Mean dan Variance).....	75
Tabel 4.11 Interpretasi Benchmark UEQ.....	76

DAFTAR GAMBAR

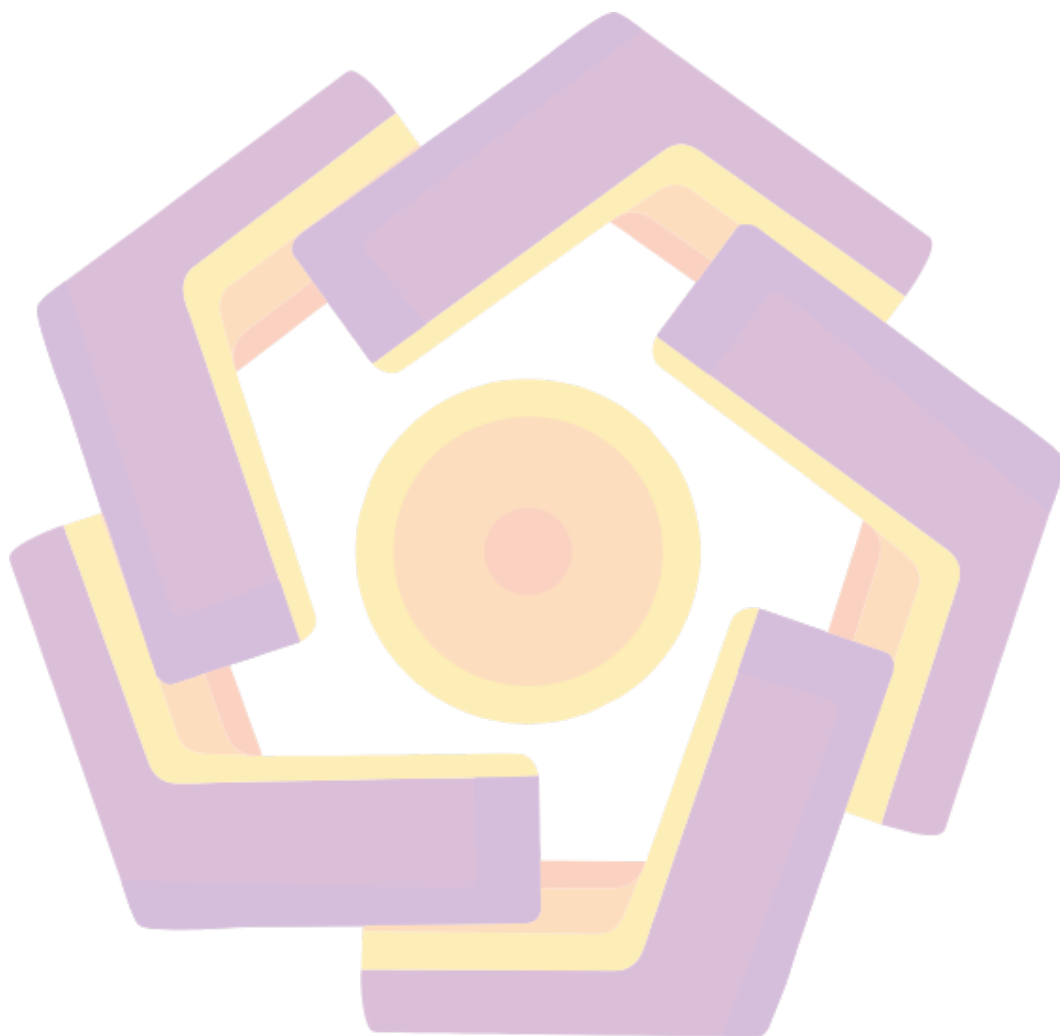
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	17
Gambar 3.2 Daftar Pertanyaan UEQ	24
Gambar 4.1 <i>Marketplace</i> yang Sering Digunakan	30
Gambar 4.2 Pernah Beli Produk <i>Brand</i> Lokal	30
Gambar 4.3 <i>Brand</i> Fashion Lokal paling Dikenal.....	31
Gambar 4.4 Minat Pengguna terhadap Produk Lokal Baru	31
Gambar 4.5 Pengalaman Berbelanja di <i>Marketplace</i>	32
Gambar 4.6 Kendala Belanja Fashion di <i>Marketplace</i>	33
Gambar 4.7 Kesulitan Membedakan Produk Resmi	33
Gambar 4.8 Fitur Penting pada Toko <i>Online</i>	34
Gambar 4.9 Persentase Platform yang digunakan Pengguna	35
Gambar 4.10 Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pembelian	36
Gambar 4.11 <i>Empathy Map</i>	38
Gambar 4.12 <i>User Persona</i>	39
Gambar 4.13 User Journey Map.....	41
Gambar 4.14 User Flow HomePage	43
Gambar 4.15 Pencarian Produk.....	43
Gambar 4.16 <i>Cart Flow</i>	44
Gambar 4.17 Checkout Flow	44
Gambar 4.18 User Profile Flow	45
Gambar 4.19 Information Architecture	47
Gambar 4.20 Wireframe Home Page.....	48
Gambar 4.21 Wireframe Login Page.....	49
Gambar 4.22 Wireframe Register.....	50
Gambar 4.23 Wireframe Shop Page	51
Gambar 4.24 Wireframe Detail Product	52
Gambar 4.25 Wireframe Checkout Page	53
Gambar 4.26 Wireframe Payment Page.....	54
Gambar 4.27 Wireframe About Page	55

Gambar 4.28 Wireframe Contact Us	56
Gambar 4.29 Design System.....	57
Gambar 4.30 HomePage	58
Gambar 4.31 Login.....	59
Gambar 4.32 Register	60
Gambar 4.33 <i>Shop Page</i>	61
Gambar 4.34 Detail Product Page	63
Gambar 4.35 Checkout Page.....	65
Gambar 4.36 Payment Page	66
Gambar 4.37 <i>About Page</i>	67
Gambar 4.38 Contact Us Page	68
Gambar 4.39 Skor Usability Testing	71
Gambar 4.40 Grafik UEQ Benchmark	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil Obyek Penelitian	10
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian	11



DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

n	Jumlah sampel
z	Nilai standart
p	Maksimal estimasi
d	Alpha (0,10) atau <i>sampling error</i>
MIUS	<i>Mission Usability Score</i>
DSR	<i>Direct Success Rate</i>
IDSR	<i>Indirect Success Rate</i>
Avg	<i>Average</i>
MC_P	<i>Misclick Penalty</i>
L	Tingkat keyakinan untuk menemukan minimal satu masalah

INTISARI

Perkembangan industri fashion lokal di era digital menuntut brand untuk memiliki platform penjualan online yang mampu menyampaikan identitas merek sekaligus memberikan pengalaman berbelanja yang optimal bagi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk merancang antarmuka pengguna (*User Interface*) dan pengalaman pengguna (*User Experience*) website toko online Heuvel Tribe dengan menggunakan pendekatan metode Design Thinking. Metode ini terdiri dari lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, yang secara berurutan digunakan untuk memahami kebutuhan pengguna, merancang solusi, dan menguji kelayakan desain. Prototipe website yang telah dirancang kemudian dievaluasi menggunakan dua metode: Usability Testing dengan Maze dan User Experience Questionnaire (UEQ). Hasil usability testing menunjukkan tingkat keberhasilan tugas sebesar 100% dengan rata-rata skor usability MIUS sebesar 81, yang termasuk kategori baik. Sementara itu, hasil UEQ menunjukkan bahwa enam aspek UX (daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan) memperoleh nilai rata-rata yang tinggi dan masuk dalam 10% benchmark terbaik secara internasional. Aspek daya tarik memperoleh nilai tertinggi yaitu 2,12, sedangkan kebaruan memperoleh nilai 1,72 yang tetap tergolong sangat baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain prototipe berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dan memperkuat citra merek Heuvel Tribe, serta memberikan pengalaman berbelanja yang sederhana, efisien, dan menyenangkan. Dengan demikian, tujuan penelitian berhasil tercapai dan prototipe yang dikembangkan dapat dijadikan acuan dalam pengembangan website fungsional Heuvel Tribe di masa mendatang.

Kata kunci: UI/UX, Design Thinking, Usability Testing, UEQ

ABSTRACT

The evolution of the local fashion industry in the digital era requires brands to have an online sales platform capable of conveying brand identity while simultaneously providing an optimal shopping experience for users. This research aims to design the User Interface (UI) and User Experience (UX) for the Heuvel Tribe online store website using the Design Thinking approach. This method consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test, which are sequentially applied to understand user needs, devise solutions, and evaluate the design's feasibility. The resulting website prototype was evaluated using two methods: Usability Testing with Maze and the User Experience Questionnaire (UEQ). The usability testing results indicated a 100% task success rate with an average MIUS usability score of 81, which falls into the "good" category. Meanwhile, the UEQ results showed that the six UX scales (attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, and novelty) achieved high average scores, placing them within the top 10% of the international benchmark. The attractiveness scale received the highest score (2.12), while the novelty scale scored 1.72, which is still considered excellent. The research findings indicate that the prototype design successfully meets user needs and reinforces the Heuvel Tribe brand image, while also delivering a simple, efficient, and pleasant shopping experience. Therefore, the research objectives were successfully achieved, and the developed prototype can serve as a reference for the future development of the functional Heuvel Tribe website.

Keyword: UI/UX, Design Thinking, Usability Testing, UEQ