

**PENILAIAN PENGGUNA TERHADAP ANTARMUKA SITUS
BERDASARKAN ASPEK PREFERENSI DAN *USABILITY* : STUDI
KASUS SITUS JUAL BELI ONLINE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Komputer



Disusun Oleh :
YANA BONITA
NIM. 105060800111063

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
PROGRAM TEKNOLOGI INFORMASI DAN ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI INFORMATIKA / ILMU KOMPUTER**

MALANG

2015

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENILAIAN PENGGUNA TERHADAP ANTARMUKA SITUS
BERDASARKAN ASPEK PREFERENSI DAN *USABILITY* : STUDI
KASUS SITUS JUAL BELI ONLINE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Komputer

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Disusun Oleh:

YANA BONITA

NIM. 105060800111063

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Diah Priharsari ST., MT.

NIP.

Ismiarta Aknuranda ST., M. Sc., Ph. D.

NIK. 740719 06 1 1 0079

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan ridlo-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penilaian Pengguna Terhadap Antarmuka Situs Berdasarkan Aspek Preferensi dan *Usability* : Studi Kasus Situs Jual Beli Online” dengan baik.

Terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bapak Ir. Sutrisno, M.T., Bapak Ir. Heru Nurwarsito, M. Kom, Bapak Himawat Aryadita, S.T., M. Sc., dan Bapak Eddy Santoso, S. Kom selaku Ketua, Wakil Ketua 1, Wakil Ketua 2, dan Wakil Ketua 3 Program Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang,
2. Bapak Drs. Marji, MT. dan Issa Arwani, ST., MT., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Informatika serta segenap Bapak/Ibu Dosen, Staff Administrasi dan Perpustakaan Program Studi Teknik Informatika Universitas Brawijaya Malang,
3. Ibu Diah Priharsari ST., MT. dan Bapak Ismiarta Aknuranda ST., M. Sc., Ph. D., selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, ilmu, dan saran dalam penyusunan skripsi ini,
4. Orang tua penulis serta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa tanpa henti selama ini,
5. Kepada sahabat-sahabat perkuliahan Hesty Yeni P., Aulia Hijratin, Viradinna, dan St. Tria R. yang terus memberikan dukungan dan motivasi serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini,
6. Sahabat-sahabat penulis semasa SMA, Rany, Yuniar, dan Zurniatus terima kasih atas dukungannya,

7. Teman-teman Lab. Sistem Informasi, Ana, Yuris, Icha, Uly, Gopi, Fawwaz, Zul, dan Olfi yang telah banyak memberikan bantuan,
8. Terakhir seluruh teman TIF angkatan 2010, seluruh partisipan pengujian, dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga jasa dan amal baik mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik serta saran masukan dari berbagai pihak penulis harapkan dalam menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.



ABSTRAK

Yana Bonita. 2015. Penilaian Pengguna Terhadap Antarmuka Situs Berdasarkan Aspek Preferensi dan Usability : Studi Kasus Situs Jual Beli Online. Program Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya, Malang. Dosen Pembimbing: Diah Priharsari ST., MT. Dan Ismiarta Aknuranda ST., M. Sc., Ph. D.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui keterkaitan antarmuka pengguna situs dengan preferensi dan *usability*, serta memberikan rekomendasi bagi pengembang antarmuka situs. Tiga situs jual beli barang antik online dipilih dan diujikan kepada 12 partisipan, salah satunya adalah situs Abu Art Shop. Pengujian dilakukan sebanyak dua kali menggunakan metode *usability testing*, kuesioner, dan wawancara. Setelah pengujian awal, antarmuka situs Abu Art Shop akan diubah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil perubahan akhir akan diujikan kembali bersama dua situs sebelumnya kepada 12 partisipan yang berbeda.

Hasil dari percobaan ini adalah situs Abu Art Shop mengalami peningkatan preferensi dan *usability*. Nilai preferensi situs Abu Art Shop meningkat dari rentang nilai 2,42 - 2,67 menjadi 1,17 - 1,42 dan nilai *usability* pada aspek umum dari Level *Moderate* (sedang) menjadi Level *Good* (Baik). Walaupun pada *usability* aspek khusus (keberhasilan dan kecepatan menyelesaikan tugas) tidak terjadi peningkatan. Hasil yang beragam ini mungkin disebabkan karena masing-masing partisipan memiliki kebiasaan yang berbeda saat mengakses situs, dan dapat juga dipengaruhi oleh kesalahan teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil atau kesalahan prosedur pengujian. Berdasarkan hal ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipakai untuk meningkatkan preferensi dan *usability*: 1) konten situs harus memuat poin-poin utama informasi, 2) sesuaikan ukuran dan panjang konten agar tidak memakan waktu terlalu lama dan membutuhkan *scrolling* yang terlalu panjang, serta 3) kelompokkan navigasi dengan konsisten untuk memudahkan pengguna.

Kata Kunci : Antarmuka Pengguna Situs, Preferensi, Usability

ABSTRACT

Yana Bonita. 2015. User Assessments Against Website Interface Based on Aspect of Preferences and Usability: A Case Study of Shopping Online Website. Program of Information Technology and Computer Science, University of Brawijaya, Malang. Adviser: Diah Priharsari ST., MT., and Ismiarta Aknuranda ST., M. Sc., Ph.D.

The purpose of this study are to determine the relationship between web user interface with user's preferences and usability, and then to provide recommendations to the website interface developer. Three antique online websites are selected and tested to 12 participants, one of them is Abu Art Shop site. Tests were conducted twice using usability testing, questionnaires, and interviews. After initial testing, Abu Art Shop interface will be changed according to user needs. Results of the final changes will be tested back with two previous sites to 12 different participants.

The results gained from this experiment is that both of preference and usability values of Abu Art Shop site have increased. The writer finds that its preference value evolved from the range of 2.42 - 2.6 7 to 1.17- 1.4 while the usability value increased in terms of the general aspects from Moderate Level to Good Level. Meanwhile the specific aspects including the success rate and speed of task completion did not increase. The reason the result varies might be caused by the different habits of each participant in accessing the site, also the influence in technical errors such as the unstable internet connection or errors in testing procedures. Hence, there are several recommendations that can be applied to improve reference and usability: 1) the site content should contain the main points of information, 2) adjust the size and length of the content so it doesn't take long time to load and require long scrolling, and 3) group the navigation consistently to assist the users.

Keyword: Web User Interfaces, Preferences, Usability

DAFTAR ISI

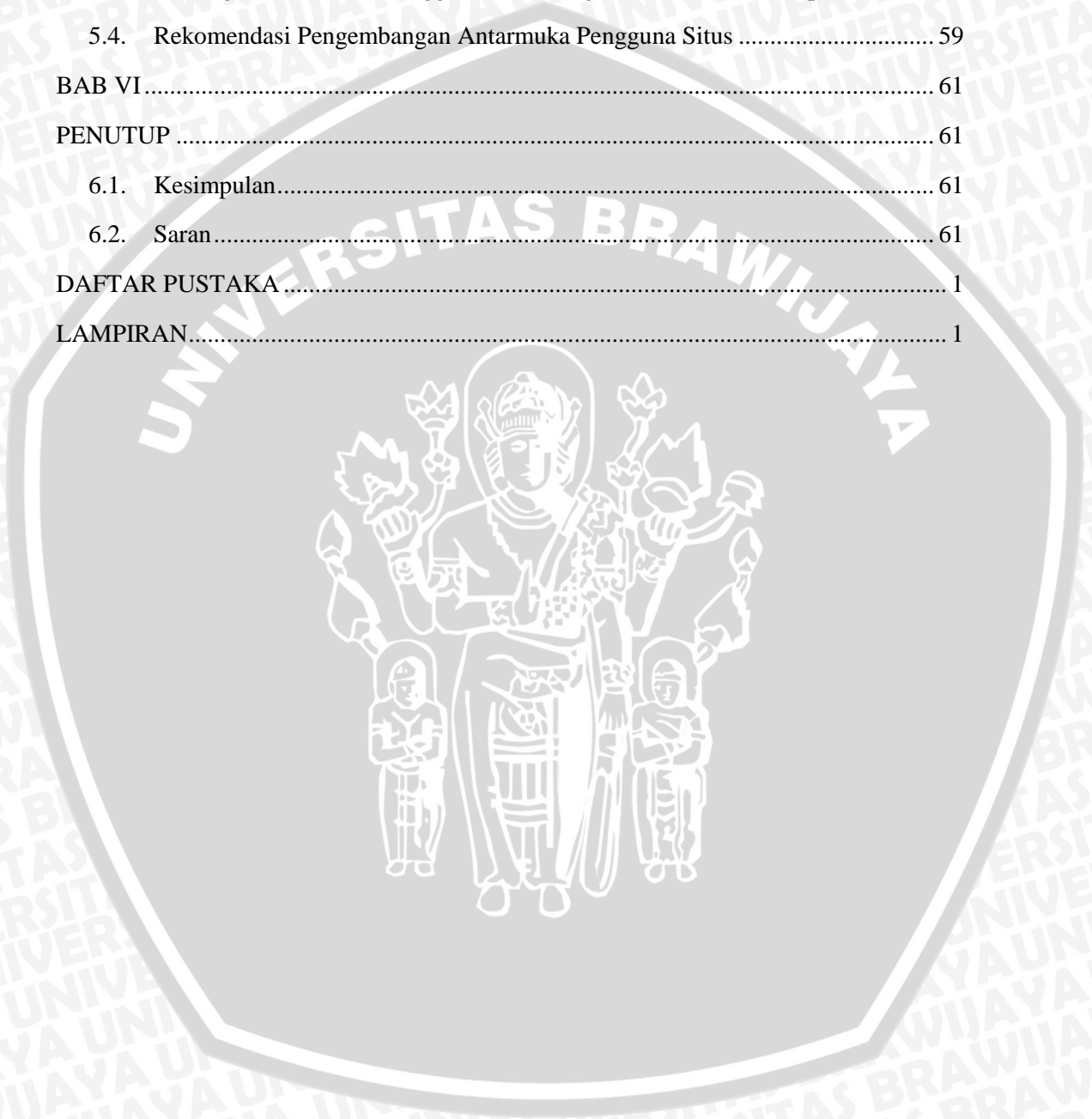
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Sistematika Penulisan	4
BAB II	5
LANDASAN TEORI	5
2.1 Blog	5
2.2. Interaksi Manusia-Komputer (<i>Human-Computer Interaction</i>)	5
2.3. Antarmuka Pengguna Situs (<i>Web User Interfaces</i>)	6
2.3.1. Desain Estetika	7
2.3.2. Desain Konten	7
2.3.3. Desain Arsitektur	8
2.3.4. Desain Navigasi	8
2.4. Preferensi	9
2.5. <i>Usability</i>	9
2.6. Pengujian <i>Usability</i> (<i>Usability Testing</i>)	10
2.7. Pengumpulan data	11
2.7.1. Kuesioner	12
2.7.2. Wawancara	12



2.7.3. Observasi	13
2.8. WEBUSE (<i>Website Usability Evaluation Tool</i>)	13
2.9. Box plots.....	15
BAB III	16
METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1. Studi Literatur.....	17
3.2. Pengumpulan Data Awal.....	17
3.3. Perancangan Pengujian.....	18
3.3.1. Penentuan Partisipan Pengujian.....	19
3.3.2. Skenario Pengujian	20
3.3.3. Perancangan Instrumen Pengujian.....	22
3.3.3.1. Tes tugas	22
3.3.3.2. Kuesioner	23
3.3.3.3. Wawancara.....	26
3.4. Analisa Data	27
3.5. Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	28
BAB IV	29
HASIL PENGUJIAN.....	29
4.1. Pelaksanaan Pengujian	29
4.2. Partisipan Pengujian	29
4.3. Hasil Kuesioner Preferensi	30
4.4. Hasil Kuesioner WEBUSE.....	31
4.5. Hasil Tes Tugas	32
4.6. Hasil Wawancara.....	33
4.7. Hasil Perubahan Antarmuka Pengguna	33
4.7.1. Daftar Permasalahan Antarmuka Pengguna	34
4.7.2. Pengujian Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Pertama	37
4.7.3. Pengujian Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua.....	38
4.7.4. Perbandingan Hasil Pengujian Perubahan	38
BAB V	39



PEMBAHASAN.....	39
5.1. Hubungan Antarmuka Pengguna Situs Dengan Preferensi	39
5.2. Hubungan Antarmuka Pengguna Situs Dengan <i>Usability</i> Pada Aspek Umum. 48	
5.3. Hubungan Antarmuka Pengguna Situs dengan <i>Usability</i> Pada Aspek Khusus. 54	
5.4. Rekomendasi Pengembangan Antarmuka Pengguna Situs	59
BAB VI.....	61
PENUTUP	61
6.1. Kesimpulan.....	61
6.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	1
LAMPIRAN.....	1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Perhitungan Nielsen dan Landuer.....	10
Gambar 2.2 Boxplot.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Kerja Penelitian	16
Gambar 3. 2 Skenario dan Alokasi Waktu Pengujian.....	21
Gambar 5. 1 Grafik Rata-rata Preferensi Atribut Antarmuka Pengguna Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)	40
Gambar 5. 2 Box plot Preferensi Awal Situs Abu Art Shop Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)	40
Gambar 5. 3 Box plot Preferensi Akhir Situs Abu Art Shop Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)	41
Gambar 5. 4 Box plot Preferensi Awal Situs Kedua Pengujian Awal	42
Gambar 5. 5 Box plot Preferensi Akhir Situs Kedua Pengujian Awal	42
Gambar 5. 6 Box plot Preferensi Awal Situs Ketiga Pengujian Awal	43
Gambar 5. 7 Box plot Preferensi Akhir Situs Ketiga Pengujian Awal	43
Gambar 5. 8 Grafik Rata-rata Preferensi Atribut Antarmuka Pengguna Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)	44
Gambar 5. 9 Box plot Preferensi Awal Situs Abu Art Shop Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)	45
Gambar 5. 10 Box plot Preferensi Akhir Situs Abu Art Shop Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)	45
Gambar 5. 11 Box plot Preferensi Awal Situs Kedua Pengujian Akhir	46
Gambar 5. 12 Box plot Preferensi Akhir Situs Kedua Pengujian Akhir	46
Gambar 5. 13 Box plot Preferensi Awal Situs Ketiga Pengujian Akhir	47
Gambar 5. 14 Box plot Preferensi Akhir Situs Ketiga Pengujian Akhir	47
Gambar 5. 15 Grafik Nilai <i>Usability</i> Per Atribut Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)	48
Gambar 5. 16 Grafik Nilai <i>Usability</i> Per Atribut Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)	49
Gambar 5. 17 Grafik Perbandingan Nilai <i>Usability</i> Per Atribut Situs Abu Art Shop	49
Gambar 5. 18 Grafik Perbandingan Nilai <i>Usability</i> Per Kategori Situs Abu Art Shop	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Besaran Nilai Skala Penilaian.....	13
Tabel 2. 2 Level Usability Situs.....	13
Tabel 2. 3 Daftar Pertanyaan Kuesioner WEBUSE.....	14
Tabel 3. 1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Situs	17
Tabel 3. 2 Instrumen Tes Tugas.....	22
Tabel 3. 3 Daftar Tes Tugas dan Tujuan.....	23
Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Kuesioner Data Diri	24
Tabel 3. 5 Instrumen Kuesioner Preferensi.....	24
Tabel 3. 6 Keterangan Penilaian Preferensi Atribut Desain	25
Tabel 3. 7 Instrumen Kuesioner WEBUSE	25
Tabel 3. 8 Daftar Atribut Pertanyaan Kuesioner WEBUSE	26
Tabel 3. 9 Daftar Wawancara	27
Tabel 4. 1 Rata-rata Preferensi Pengujian Awal	30
Tabel 4. 2 Rata-rata Preferensi Pengujian Akhir	30
Tabel 4. 3 Nilai <i>Usability</i> Per Atribut Pengujian Awal dan Akhir	31
Tabel 4. 4 Nilai <i>Usability</i> Per Kategori Pengujian Awal	32
Tabel 4. 5 Nilai <i>Usability</i> Per Kategori Pengujian Akhir	32
Tabel 4. 6 Daftar Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua.....	37
Tabel 5. 1 Daftar Perubahan Preferensi Pengujian Awal dan Akhir	39
Tabel 5. 2 Hasil Wawancara Daftar Kekurangan Situs Abu Art Shop	43
Tabel 5. 3 Saran Perubahan Kategori <i>Content, Organization, and Readability</i>	51
Tabel 5. 4 Saran Perubahan Kategori <i>Navigation and Links</i>	52
Tabel 5. 5 Saran Perubahan Kategori <i>User Interface Design</i>	53
Tabel 5. 6 Saran Perubahan Kategori <i>Performance and Effectiveness</i>	53
Tabel 5. 7 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Abu Art Shop Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)	54
Tabel 5. 8 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Abu Art Shop Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)	54
Tabel 5. 9 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Kedua Pengujian Awal	55

Tabel 5. 10 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Kedua Pengujian Akhir55
Tabel 5. 11 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Ketiga Pengujian Awal55
Tabel 5. 12 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Ketiga Pengujian Akhir55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Antarmuka pengguna adalah jembatan komunikasi antara pengguna dengan sistem (Pressman, 2010). Begitu halnya dengan antarmuka situs yang merupakan jembatan komunikasi antara pengguna dengan situs. Saat ini dengan kemajuan teknologi, pengguna dapat membuat dan merancang antarmuka situs sendiri. Namun, seringkali situs tersebut dibuat hanya sekedar terkoneksi dengan internet dan dapat menampilkan foto barang maupun jasa. Apabila hal ini terus dibiarkan, maka besar kemungkinan situs seperti ini akan mendapatkan respon kurang baik atau bagian terburuknya akan dianggap tidak pantas untuk dikunjungi kembali karena dinilai tidak dapat memenuhi kebutuhan pengguna lainnya (Prayoga and Sensuse, 2010).

Terdapat beberapa penelitian yang mengukur kesuksesan situs berdasarkan antarmuka pengguna dengan menggunakan berbagai penilaian yaitu preferensi dan *usability* (Wulf, 2005; Prayoga and Sensuse, 2010; Lee and Koubek, 2010). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online (2015) preferensi adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan daripada yang lain, prioritas; pilihan, kecenderungan, kesukaan. Hasil penelitian Lee (2010) menyimpulkan bahwa pengguna lebih memilih situs dengan konten yang lengkap dan organisasi situs yang rapi daripada keindahan skema warna dan pemilihan *font*. Akan tetapi, dalam penelitian tersebut juga dikatakan apabila hasil tersebut perlu dibuktikan kembali.

Usability adalah ukuran dimana pengguna dapat menggunakan produk dengan mudah tanpa ada keraguan dengan kemampuan (*skill*) yang dimiliki pengguna (Rubin and Chisnell, 2007). *Usability* merupakan elemen krusial untuk mengukur kesuksesan sebuah situs yang dinilai dari kemampuan antarmuka situs dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan efektif, mudah dimengerti, dan sesuai harapan (Palmer, 2002). Oleh karena itu *usability* dapat diukur berdasarkan aspek umum dengan survei maupun berdasarkan aspek khusus

melalui penggunaan situs secara langsung (*usability testing*). Pada *usability testing* umumnya pengguna akan menyelesaikan beberapa tugas yang dibuat sesuai dengan aktifitas pengguna dengan situs dalam kehidupan sehari-hari. Selama menyelesaikan tugas tersebut, pengguna akan diobservasi untuk mengetahui pola permasalahan yang dilihat dari tingkat keberhasilan menyelesaikan tugas dan kecepatan waktunya.

Abu Art Shop adalah sebuah situs jual beli barang antik berbasis blog. Sejak terhubung dengan internet, konsumen Abu Art Shop saat ini tidak terbatas pada kosumen yang mengerti barang antik seperti kolektor atau sesama pedagang. Kalangan rumah tangga dan desain interior yang dapat dikatakan tidak mengerti barang antik, kini mulai tertarik dengan barang antik untuk sekedar hobi atau mengikuti gaya hidup. Dengan kondisi seperti itu, pemilik Abu Art Shop menginginkan agar situsnya dapat memenuhi kebutuhan kedua kelompok tersebut dan dapat tetap bersaing dengan situs-situs barang antik lainnya. Akan tetapi untuk konsumen yang mengerti barang antik tidak mengalami banyak kesulitan. Sehingga fokus penelitian hanya pada kosumen yang tidak mengerti barang antik.

Berdasarkan teori yang telah disebutkan sebelumnya, preferensi dan *usability* dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan sebuah situs. Oleh karena itu penelitian ini digunakan untuk mengetahui preferensi dan *usability* awal situs Abu Art Shop dan untuk mengetahui peningkatan preferensi dan *usability* apabila pada antarmuka situs Abu Art Shop dilakukan perubahan. Dengan demikian judul yang diangkat pada penelitian ini adalah **“Penilaian Pengguna terhadap Antarmuka Situs Berdasarkan aspek Preferensi dan *Usability* : Studi Kasus Situs Jual Beli Online Berbasis Blog”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

1. Apakah perubahan antarmuka pengguna pada situs Abu Art Shop dapat meningkatkan preferensi dan *usability* situs untuk kosumen tanpa pengetahuan barang antik?

2. Rekomendasi apa yang dapat diberikan kepada pengembang situs jual beli online terkait dengan antarmuka pengguna situs?

1.3. Batasan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibuat, maka batasan masalah untuk membatasi penelitian ini adalah:

1. Situs yang diteliti menggunakan platform Blogspot.
2. Fokus perubahan hanya pada sisi desain antarmuka pengguna yaitu estetika, navigasi, dan arsitektur. Khusus konten detail barang dan penamaannya tidak ada perubahan karena keterbatasan pengetahuan mengenai barang antik yang dimiliki penulis.
3. Perubahan yang dilakukan tetap menggunakan platform Blogspot untuk mengetahui batasan hal akses pemilik blog dalam meningkatkan kinerja blog.
4. Data yang dikumpulkan berasal dari kelompok mahasiswa yang diasumsikan sebagai konsumen tanpa pengetahuan tentang barang antik dan tidak pernah mengakses situs sebelumnya.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui keterkaitan antara antarmuka pengguna situs dengan preferensi dan *usability* yang diberikan oleh pengguna tanpa pengetahuan barang antik. Selain itu untuk memberikan rekomendasi pengembangan untuk antarmuka pengguna situs selanjutnya.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini bagi penulis adalah untuk mendapatkan pembelajaran pada bidang antarmuka pengguna situs, penilaian preferensi dan *usability*, serta pengalaman pengujian dengan metode *usability testing*. Sedangkan manfaat yang diharapkan bagi pemilik situs Abu Art Shop adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan situs sehingga dapat bersaing dengan situs-situs lainnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian sebagai penunjang dalam mendasari penelitian. Teori-teori terkait ini yang diambil dari berbagai referensi seperti buku, jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan penulisan dalam melakukan penelitian mulai dari studi literatur, observasi awal, pemilihan partisipan, perancangan pengujian, pengujian, analisa data, hingga penarikan kesimpulan.

BAB IV HASIL PENGUJIAN

Bab ini akan menunjukkan hasil pengujian dan perubahan antarmuka situs yang telah dilakukan. Data-data tersebut kemudian diolah dan hasilnya akan digunakan sebagai bahan analisa.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan dari hasil pengolahan dan analisa data. Serta rekomendasi dalam membangun antarmuka situs khususnya situs jual beli online.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran perbaikan sebagai pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Blog

Blog adalah singkatan dari “*web log*” yang merupakan bentuk aplikasi situs yang menyerupai tulisan-tulisan yang dimuat sebagai *posting* pada sebuah halaman *web* umum. Awalnya media blog dipopulerkan oleh Blogger.com yang dimiliki oleh PyraLab yang kemudian dibeli oleh Google.com pada akhir tahun 2002. Blog memiliki fungsi yang beragam selain populer sebagai media catatan harian, kini blog mulai digunakan sebagai media publikasi kampanye politik hingga promosi produk perusahaan. Blog mulai dilirik sebagai media jual-beli online karena sifatnya yang gratis dan dapat diubah-ubah tampilannya sesuai dengan kebutuhan.

Saat ini ada banyak penyedia layanan blog gratis baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu penyedia layanan blog gratis yang paling banyak digunakan adalah blogger.com milik Google dengan alasan:

- Server dan sistem keamanan Blogger sangat terjamin karena dimiliki oleh Google
- Blog-blog dengan platform Blogger lebih menarik karena ada banyak pengeditan yang disediakan di internet. Selain itu pengeditan HTML lebih fleksibel dan mudah.
- *Backup* database Blogger lebih mudah dan file yang diunduh relatif lebih kecil
- Control Panel milik Blogger lebih familiar (Kurniawan, 2009)

2.2. Interaksi Manusia-Komputer (*Human-Computer Interaction*)

Istilah *human-computer interaction* sudah ada sejak awal tahun 1980an. Mulanya ilmu ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar manusia dengan sistem persenjataan saat perang dunia berlangsung sehingga disebut dengan interaksi mesin-manusia.

Kini dengan perkembangan dan pengaruh ilmu pengetahuan informasi dan teknologi, interaksi ini dikenal dengan interaksi manusia-komputer. Interaksi manusia-komputer mengatur proses perancangan, implementasi, dan evaluasi sistem yang melibatkan interaksi dengan pengguna. Interaksi-manusia komputer tidak selamanya hanya menguji satu sistem dengan satu pengguna tunggal.

Interaksi ini dapat diperoleh dari beberapa kelompok pengguna ataupun suatu organisasi dengan sistem. Sehingga dalam hal ini manusia dapat diartikan sebagai seseorang dengan pekerjaan tertentu yang ingin menyelesaikan suatu tugas menggunakan teknologi tertentu. Komputer adalah teknologi yang digunakan baik sifatnya terkomputerisasi maupun tidak terkomputerisasi. Dan interaksi sendiri adalah komunikasi antara sistem dengan pengguna baik secara langsung melalui jendela dialog yang tertera pada layar sistem maupun tidak langsung dengan sensor tertentu (Dix, 2004).

2.3. Antarmuka Pengguna Situs (*Web User Interfaces*)

Antarmuka pengguna merupakan jembatan komunikasi antara pengguna dengan situs. Antarmuka menjadi sebuah cetakan untuk menangkap persepsi pengguna terhadap suatu situs. Pada prinsipnya setiap desain antarmuka situs yang dibuat harus mampu membantu menjawab beberapa pertanyaan yang ada dalam kepala penggunanya seperti Dimanakah saya berada? Apa yang bisa saya lakukan sekarang? Dan pada akhirnya desain antarmuka yang efektif agaknya mampu menjawab pertanyaan tersebut (Pressman, 2010).

Salah satu tantangan terbesar dalam mendesain antarmuka situs adalah kita tidak tahu dari mana pengguna memulai. Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh pengguna dalam misalnya langsung melalui halaman Home atau mungkin dari selain halaman Home. Pada kasus tertentu antarmuka situs memang sengaja mengarahkan pengguna untuk memulai segala sesuatunya dari halaman home tetapi jika hal ini tidak diinginkan, maka antarmuka situs harus dapat memberikan navigasi yang dapat menyambungkan pengguna ke seluruh konten situs. Dengan kasus tersebut maka hal pertama yang perlu diperhatikan dalam membangun sebuah desain antarmuka situs adalah desain estetika, desain konten, desain navigasi, desain arsitektur, dan desain komponen (Pressman, 2010).

2.3.1. Desain Estetika

Desain estetika atau dikenal juga dengan desain grafis adalah salah satu upaya artistik untuk melengkapi teknologi yang digunakan. Desain estetika diperlukan untuk menarik minat pengguna untuk berinteraksi dengan situs karena sehebat apapun teknologi yang diterapkan jika tampilan situs kurang menarik maka tidak akan berguna. Salah satu untuk menarik minat pengguna adalah memperhatikan pengaturan tata letak situs yang baik untuk mendukung sistem navigasi, konten informasi, dan fitur-fitur situs lainnya agar dapat berjalan dengan baik.

Pengertian dari estetika sendiri adalah keindahan yang ada saat mata melihatnya. Setiap halaman situs memiliki batasan agar dapat berjalan secara efektif. Tujuan dari desain estetika adalah menyalurkan bagaimana tampilan dan rasa dari sebuah antarmuka situs. Oleh sebab itu, selain mengatur tata letak, pemilihan skema warna, tipe tulisan, ukuran, dan media pendukung lainnya (musik, video, animasi) turut mendukung hal tersebut (Pressman, 2010).

2.3.2. Desain Konten

Desain konten dibagi menjadi dua tugas berbeda. Pertama, desain konten digunakan untuk merepresentasikan hubungan objek konten dan mekanisme pembangunan dalam proses pengembangan objek konten informasi yang spesifik. Dan kedua, digunakan untuk memudahkan desainer atau penulis dalam mengisi konten informasi yang akan dimuat dalam situs. Dalam konteks desain situs, objek konten lebih erat kaitannya dengan data objek yang mencangkupi spesifikasi informasi konten dan atribut implementasi. Setelah semua objek konten dimodelkan, tim penulis kemudian akan menyampaikan detail informasi baik berupa teks tertulis, gambar grafis, maupun foto dengan format yang baik untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Banyaknya konten yang dimuat dalam halaman situspun juga harus disesuaikan dengan kebutuhan informasi yang diperlukan pengguna, kecepatan koneksi internet, dan toleransi pengguna terhadap panjang gulir (Pressman, 2010).

2.3.3. Desain Arsitektur

Desain arsitektur merupakan gambaran dari tujuan sebuah situs dibuat, konten yang akan disajikan, sistem navigasi yang digunakan, dan pengguna yang akan mengunjungi situs. Desain arsitektur dibagi menjadi dua bagian yakni arsitektur konten dan arsitektur situs. Arsitektur konten dibuat lebih untuk merepresentasikan informasi dan navigasi situs. Sedangkan arsitektur situs lebih kepada interaksi pengguna dengan situs, cara situs menangani proses eksekusi tugas, dan efek navigasi. Dalam beberapa kasus desain arsitektur dibuat paralel dengan desain antarmuka, desain estetika, dan desain konten (Pressman, 2010).

2.3.4. Desain Navigasi

Sama seperti kebanyakan desain situs, desain navigasi dimulai dengan pertimbangan hirarki pengguna dan *use-case* terkait untuk dikembangkan setiap kategori pengguna situs. Karena dari berbagai kategori pengguna tersebut akan ada kemungkinan perbedaan cara penggunaan navigasi yang juga akan berpengaruh pada kebutuhan navigasi yang diterapkan. Selain itu, mekanisme navigasi yang digunakan juga perlu dipertimbangkan. Ada beberapa model mekanisme navigasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan desain antarmuka situs, antara lain:

1. *Individual navigation link*, meliputi *text-based links*, *icons*, *buttons* and *switches*, dan *graphical metaphors*. Dari pilihan tersebut kita harus memilih *link* navigasi yang tepat yang sesuai dengan konten dan konsisten agar situs yang dibangun berkualitas tinggi.
2. *Horizontal navigation bar*, daftar utama atau kategori fungsioanal disusun secara horisontal pada sebuah bar yang biasa berisi empat atau tujuh daftar kategori.
3. *Vertical navigation column*, dapat berupa daftar kategori utama saja atau semua kategori yang disusun secara vertikal. Jika semua kategori yang dijadikan link navigasi maka sifatnya mirip seperti hirarkikal struktur dimana link navigasi terelasi ke semua halaman situs.

4. *Tabs*, sebuah metafor (perwujudan) yang merupakan variasi dari navigasi bar atau kolom dimana bentuknya merepresentasikan konten atau kategori fungsional.
5. *Site maps*, sama seperti peta pada umumnya, site map digunakan untuk menggambarkan semua link navigasi untuk semua isi objek dan fungsi yang ada di dalam situs (Pressman, 2010).

2.4. Preferensi

Preferensi diartikan sebagai pilihan yang berasal dari opini pengguna untuk dari beberapa alternatif pilihan yang diberikan dimana pilihan tersebut dapat berupa pilihan terbaik maupun pilihan terburuk. Preferensi dapat juga diartikan sebagai refleksi atau penggambaran dari perasaan dan perilaku pengguna terhadap antarmuka pengguna dan cara kerja situs yang dapat mempengaruhi keputusan akhir pengguna. Preferensi merupakan salah satu penilaian yang harus dipertimbangan dalam pengembangan situs. Hal ini disebabkan pengguna memiliki bobot kriteria yang berbeda dalam menentukan pilihannya seperti keindahan, kualitas informasi, harga, merk dagang, dan sebagainya (Lee and Koubek, 2010).

2.5. Usability

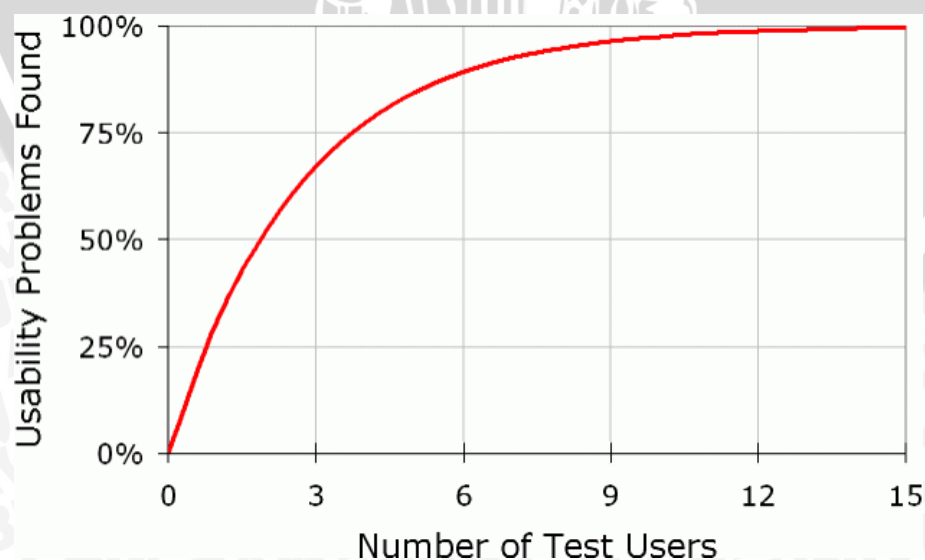
ISO 9241-11 mendefinisikan *usability* sebagai ukuran seberapa jauh sebuah sistem dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai tujuan utamanya dengan efektif, efisien, dan puas pada konten spesifik tertentu. *Effectiveness* adalah kemampuan pengguna untuk menyelesaikan tugas menggunakan sistem dan kualitas pekerjaannya. *Efficiency* adalah banyaknya energi/sumber daya yang dikeluarkan untuk mengerjakan tugas-tugas. *Satisfaction* adalah reaksi subjektif pengguna untuk menggunakan sistem.

Nielsen (2012) mendeskripsikan *usability* sebagai penggambaran dari pengalaman pengguna setelah menggunakan suatu produk atau sistem sampai pengguna tersebut dapat menggunakannya dengan cepat dan mudah. Nielsen juga menambahkan kebiasaan atau perilaku pengguna sistem merupakan aspek penting yang harus diperhatikan untuk meningkatkan *usability*. Agar sebuah sistem dapat memenuhi hasil *usability* maka harus memenuhi lima syarat yaitu:

- *Learnability* : seberapa mudah pengguna menyelesaikan tugasnya saat pertama kali menggunakannya atau melihat
- *Efficiency* : seberapa cepat pengguna mengerjakan tugas sejak pengguna memperlajari desain untuk pertama kali
- *Memorability* : seberapa mudah pengguna dapat mengingat desain sejak terakhir kali menggunakannya
- *Error* : berapa banyak kesulitan yang dialami pengguna, seberapa sulit kesulitan yang ditimbulkan, dan seberapa mudah mereka menyelesaikan kesulitan tersebut
- *Satisfaction* : seberapa senang pengguna menggunakan desain tersebut

2.6. Pengujian Usability (*Usability Testing*)

Pengujian *usability* (*usability testing*) adalah pengujian dengan melibatkan target pengguna situs sesungguhnya. Pemilihan dan jumlah target pengguna adalah bagian terpenting dalam pengujian *usability* sebab akan mempengaruhi hasil akhir. Rubin (2008) menuliskan pada pengujian eksperimental sesungguhnya memerlukan sedikitnya 10-12 partisipan pengujian untuk mendapatkan kesimpulan akhir dengan perhitungan statistik. Teori ini diperkuat dengan kurva hasil perhitungan matematika antara prosentase permasalahan *usability* dengan jumlah partisipan yang telah dilakukan oleh Nielsen dan Landauer (2000).



Gambar 2.1 Grafik Perhitungan Nielsen dan Landauer
Sumber: (Nielsen, 2000)

Dari kurva tersebut diketahui jika penggunaan kurang dari 15 orang partisipan sudah mampu menunjukkan permasalahan *usability* yang ada (Nielsen, 2000). Akan tetapi untuk pengujian yang sifatnya terbatas baik dari segi dana atau waktu, penggunaan 4 sampai 5 orang partisipan sudah mampu untuk menemukan 85% permasalahan *usability*. Hal ini disebabkan permasalahan yang dikumpulkan dari penggunaan 5 orang partisipan tidak jauh berbeda dengan permasalahan yang dikumpulkan dari 10 orang partisipan atau selebihnya.

Dalam proses pengujian *usability*, partisipan akan diberikan tugas-tugas yang disesuaikan dengan aktivitas sehari-hari guna mencapai tujuan tertentu. Dan selama penyelesaian tugas-tugas tersebut, setiap tindakan pengguna akan diobservasi. Dari observasi akan diperoleh hasil akhir berupa kecenderungan umum dan pola perilaku yang mengidentifikasi masalah-masalah *usability* pada situs (Dwivedi, Upadhyay, and Tripathi, 2012). Secara umum tugas-tugas pengujian dirancang untuk memenuhi tiga jenis pengujian, yaitu:

- Uji eksploratori adalah uji untuk mencari titik-titik dimana partisipan merasa kesulitan, kebingungan, kesalahan, maupun proses pengerjaan yang melambat.
- Uji *threshold* atau bisa disebut uji lolos/gagal untuk mengukur kecepatan waktu setiap partisipan berhasil menyelesaikan satu tugas. Biasanya untuk mengukur kecepatan ini digunakan *stopwatch*.
- Uji perbandingan untuk mengukur karakteristik *usability* dari beberapa perancangan yang ada yang sesuai dengan partisipan (Santosa, 2004).

2.7. Pengumpulan data

Pengumpulan data dapat dilakukan berdasarkan tempat, sumber, maupun cara yang digunakan. Pengumpulan data berdasarkan tempat dapat diperoleh dengan data eksperimen di laboratorium maupun di jalan-jalan. Sedangkan berdasarkan sumbernya dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pengumpulan dengan objek yang diteliti atau pemberi sumber. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari dokumen-dokumen terkait. Dan untuk teknik cara pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner, wawancara, observasi, dan gabungan dari ketiganya.

2.7.1. Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu metode survei dengan menggunakan daftar pertanyaan untuk memperoleh gambaran tentang suatu keadaan. Hasil dari kuesioner dapat digunakan untuk mendukung hasil wawancara sebelumnya. Keberadaan kuesioner sangat penting karena mencakup semua tujuan dari suatu penelitian. Oleh karena itu, dalam menyusun sebuah kuesioner harus mudah ditanyakan, mudah dijawab, dan mudah diproses (Kasnodihardjo, 1993).

2.7.2. Wawancara

Wawancara adalah aktifitas perbincangan dua arah dimana salah pihaknya bertindak sebagai penanya dan pihak kedua sebagai penjawab pertanyaan (narasumber). Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data sebagai studi pendahuluan untuk mendapatkan permasalahan yang diteliti. Wawancara juga dapat digunakan sebagai media untuk memperdalam jawaban kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya. Wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka atau sambungan telepon. Terdapat dua jenis model wawancara yang dapat digunakan, yaitu:

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pertanyaan dengan alternatif jawabannya telah disiapkan. Pada wawancara ini tugas pewawancara hanya menanyakan daftar pertanyaan tersebut pada semua narasumber sehingga semua narasumber memiliki jenis jawaban yang sama. Untuk memudahkan proses pengumpulan data menggunakan wawancara dapat dipergunakan alat pendukung seperti perekam, gambar, maupun brosur.

2. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang pertanyaan belum dirancang sebelumnya. Wawancara ini disebut juga wawancara bebas karena saat pelaksanaannya pewawancara tidak memiliki pedoman pertanyaan melainkan berupa poin-poin permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2010).

2.7.3. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati objek yang akan diteliti beserta lingkungan di sekitarnya sehingga objek yang diteliti tidak terbatas pada makhluk hidup saja.

2.8. WEBUSE (*Website Usability Evaluation Tool*)

WEBUSE (*Website Usability Evaluation Tool*) adalah gabungan dari beberapa kuesioner *usability* antara lain WAMMI, WebSAT, Bobby, dan protocol analysis. Dalam WEBUSE terdapat 24 paket pertanyaan untuk mengevaluasi nilai *usability* situs. Dari ke-24 pertanyaan tersebut, kemudian diklasifikasikan menjadi empat kategori *usability* yaitu *Content, Organization, and Readability, Navigation and Links, User Interface Design, dan Performance and Effectiveness* (Chiew and Salim, 2003). Model jawaban dari kuesioner WEBUSE ini adalah *skala linkert 1-5* untuk merepresentasikan tingkat setuju dan tidak setuju pengguna terhadap keadaan suatu situs.

Tabel 2.1 Besaran Nilai Skala Penilaian

Pilihan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Nilai	1.00	0.75	0.5	0.25	0.00

Sumber: (Chiew and Salim, 2003)

Tabel 2.2 Level *Usability* Situs

Nilai, x	0<=x<=0.2	0.2<x<=0.4	0.4<x<=0.6	0.6<x<=0.8	0.8<x<=1.0
Level <i>Usability</i>	Bad	Poor	Moderate	Good	Excellent

Sumber: (Chiew and Salim, 2003)

Terdapat dua nilai *usability* situs yang dapat diperoleh dengan kuesioner ini yaitu nilai *usability* per atribut dan per kategori. Guna memperoleh nilai-nilai tersebut berikut rumus yang digunakan:

1. Nilai *usability* situs per atribut

$$x = \frac{[\sum_{k=1}^n a_{jk}]}{n}, \forall j$$

2. Nilai *usability* situs per kategori

$$x = \frac{[\sum_{j=1}^m jci \sum_{k=1}^n a_{jk}]}{[m.n]} , \forall j$$

Keterangan:

j = atribut

i = dimensi

k = partisipan

m = total atribut

n = total partisipan

a_{jk} = jumlah nilai j atribut dan k partisipan

Tabel 2.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner WEBUSE

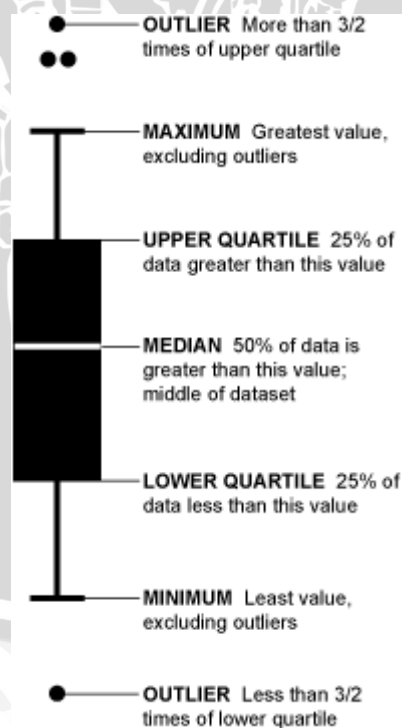
<i>Questions for evaluating content, organization and readability</i>	
1	<i>This website contains most of my interest material and topics and they are up-to-date.</i>
2	<i>I can easily find what I want at this website.</i>
3	<i>The content of this website is well organised.</i>
4	<i>Reading content at this website is easy.</i>
5	<i>I am comfortable and familiar with the language used.</i>
6	<i>I need not scroll left and right when reading at this website.</i>
<i>Questions for evaluating navigation and links</i>	
7	<i>I can easily know where I am at this website.</i>
8	<i>This website provides useful cues and links for me to get the desired information.</i>
9	<i>It is easy to move around at this website by using the links or back button of the browser.</i>
10	<i>The links at this website are well maintained and updated.</i>
11	<i>The website does not open too many new browser windows when I am moving around.</i>
12	<i>Placement of links or menu is standard throughout the website and I can easily recognise them.</i>
<i>Questions for evaluating user interface design</i>	
13	<i>This website's interface design is attractive.</i>
14	<i>I am comfortable with the colours used at this website.</i>
15	<i>This website contains no feature that irritates me such as scrolling or blinking text and looping animations.</i>
16	<i>This website has a consistent feel and look.</i>
17	<i>This website does not contain too many Web advertisements.</i>
18	<i>The design of the website makes sense and it is easy to learn how to use it.</i>
<i>Questions for evaluating performance and effectiveness</i>	
19	<i>I need not wait too long to download a file or open a page.</i>
20	<i>I can easily distinguish between visited and not-visited links.</i>
21	<i>I can access this website most of the time.</i>
22	<i>This website responds to my actions as expected.</i>
23	<i>It is efficient to use this website.</i>
24	<i>This website always provides clear and useful messages when I don't know how to proceed.</i>

Sumber: (Chiew and Salim, 2003)

2.9. Box plots

Box plots banyak digunakan untuk menganalisa data-data ilmiah dan statistika. Box plots digunakan untuk menunjukkan variasi di antara dan di dalam data. Box plots sering juga disebut dengan *box and whister plot* adalah sebuah tipe grafik yang digunakan untuk menampilkan pola dari data kuantitatif. Box plot membagi dataset berdasarkan kuartil-kuartil. Kuartil adalah nilai-nilai yang membagi data menjadi empat bagian sama besar. Kuartil pertama (Q1) membagi 25% data, kuartil kedua (Q2) membagi 50% bagian data, dan kuartil ketiga (Q3) membagi 75% data.

Bagian tubuh dari box plot terdiri dari sebuah “box”, dimana dimulai dari kuartil pertama (Q1) hingga kuartil ketiga (Q3). Di dalam box, sebuah garis vertikal digambar pada kuartil kedua (Q2) yang juga merupakan median dataset. Dua haris horisontal di ujung garis vertikal disebut dengan whisker. Whisker terbawah dimulai dari Q1 menuju data terkecil dataset. Dan whisker teratas dimulai dari Q3 menuju data terbesar dataset.

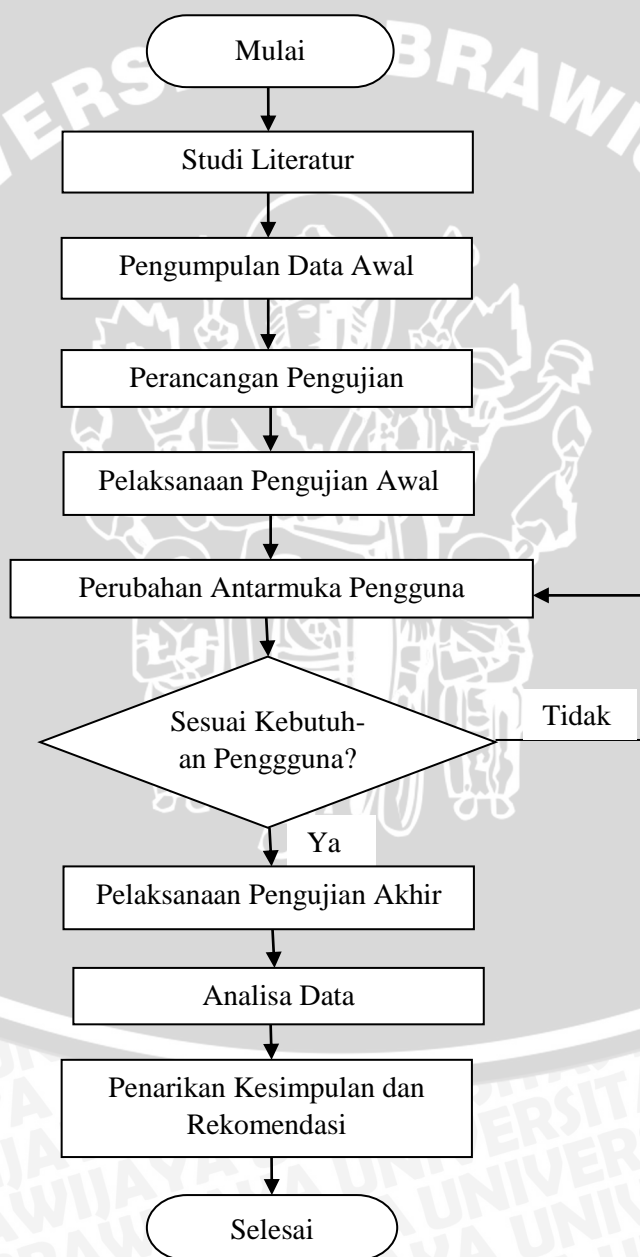


Gambar 2.2 Boxplot
Sumber : (Yau, 2008)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah serangkaian cara atau prosedur yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan:



Gambar 3.1 Kerangka Kerja Penelitian

3.1. Studi Literatur

Untuk mendukung penelitian ini maka dikumpulkan teori-teori yang bersumber dari buku, jurnal, maupun artikel. Adapun teori-teori yang dikumpulkan antara lain:

1. Preferensi
2. *Usability*
3. Pengujian *usability* (*Usability Testing*)
4. Antarmuka pengguna situs (*Web User Interfaces*)
5. Box plots
6. Analisa Statistik

3.2. Pengumpulan Data Awal

Pengumpulan data awal yang dilakukan ialah mewawancarai pemilik situs Abu Art Shop dengan hasil pada Tabel 3.1 dan kemudian dilanjutkan dengan observasi langsung pada halaman situs Abu Art Shop. Dari hasil observasi ditemukan beberapa barang yang ditampilkan tidak memiliki informasi harga, kondisi barang dijelaskan dengan deskripsi singkat, serta minimnya informasi cara pembelian, cara pengiriman, dan jaminan barang. Berdasarkan temuan tersebut, penulis melanjutkan dengan membandingkannya dengan halaman situs jual beli barang antik lainnya menggunakan mesin pencarian Google dengan kata kunci “jual barang antik” dan memilih dua situs teratas (Lampiran 1) dengan kemungkinan paling sering dikunjungi.

Tabel 3. 1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Situs

Poin	Hasil Wawancara
Tujuan Situs	Sebagai media penjualan produk dan media promosi keberadaan galeri
Jenis Konsumen	Terdapat dua jenis konsumen yang berbelanja dengan situs: <ul style="list-style-type: none"> • Konsumen dengan pengetahuan barang antik • Konsumen tanpa pengetahuan barang antik
Kondisi Situs	Dari kedua jenis konsumen yang ada, konsumen tanpa pengetahuan barang antik yang paling sering mengalami kesulitan dalam menemukan detail informasi kondisi barang, harga, biaya pengiriman, dan jaminan keaslian barang.

3.3. Perancangan Pengujian

Dari hasil pengumpulan data awal yang ada, kemudian dirancang pengujian yang akan digunakan untuk mengevaluasi nilai preferensi dan *usability* situs Abu Art Shop. Pengujian menggunakan metode pengujian perbandingan antarmuka halaman situs Abu Art shop dengan dua antarmuka situs jual beli barang antik. Pengujian dilaksanakan per individu dengan harapan proses observasi menjadi lebih mudah dan informasi kebutuhan yang diperoleh lebih lengkap. Pengujian yang akan dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Pengujian Awal

Pengujian awal dilakukan untuk mengumpulkan data kebutuhan pengguna terkait dengan permasalahan selama menggunakan situs. Setiap partisipan akan menyelesaikan serangkaian tugas untuk ketiga situs yang diujikan.

2. Perubahan Antarmuka Pengguna

Hasil yang telah dikumpulkan pada pengujian awal akan dijadikan sebagai bahan perubahan pada antarmuka pengguna dari situs Abu Art Shop. Hasil yang dikumpulkan tersebut dibagi mejadi data permasalahan khusus situs Abu Art Shop dan permasalahan global ketiga situs.

Dalam usaha memperoleh desain antarmuka pengguna final yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, setiap perubahan akan diujikan pada pengguna. Perubahan sendiri dilakukan sebanyak dua kali dengan menggunakan metode serta skenario pengujian yang sama seperti pengujian utama.

3. Pengujian Akhir

Pada pengujian akhir, hasil perubahan antarmuka pengguna final akan diujikan kembali bersama kedua situs lainnya kepada pengguna berbeda. Dengan partisipan yang berbeda dari pengujian awal, diharapkan hasil perubahan mampu memenuhi kebutuhan pengguna sehingga dapat meningkatkan nilai preferensi dan *usability*.

3.3.1. Penentuan Partisipan Pengujian

Penetapan jumlah partisipan menggunakan metode *quote sampling* yaitu sebanyak 12 orang yang berbeda disetiap tahapnya. Pemilihan partisipan yang berbeda untuk menghindari bias data dari pengalaman terdahulu (menggunakan situs sebelumnya) serta untuk mengatasi keterbatasan waktu pengujian. Selain itu menurut pendapat Rubin (2007) bahwa data yang dikumpulkan 12 orang sudah dapat digunakan untuk mengumpulkan permasalahan *usability* situs.

Target pengguna dari penelitian ini adalah konsumen tanpa pengetahuan barang antik. Dalam hal ini kelompok mahasiswa dinilai sesuai untuk merepresentasikan target pengguna tersebut. Adapaun pertimbangan pemilihan mahasiswa disebabkan oleh:

1. Mahasiswa termasuk dalam kelompok usia pengguna aktif internet yaitu dari usia 19-45 tahun.
2. Sehingga mahasiswa sudah terbiasa menggunakan internet dan beberapa di antaranya memiliki pengalaman dalam aktifitas belanja online.
3. Akan tetapi, sebagian besar mahasiswa tidak memiliki pengetahuan dalam mengidentifikasi barang antik.

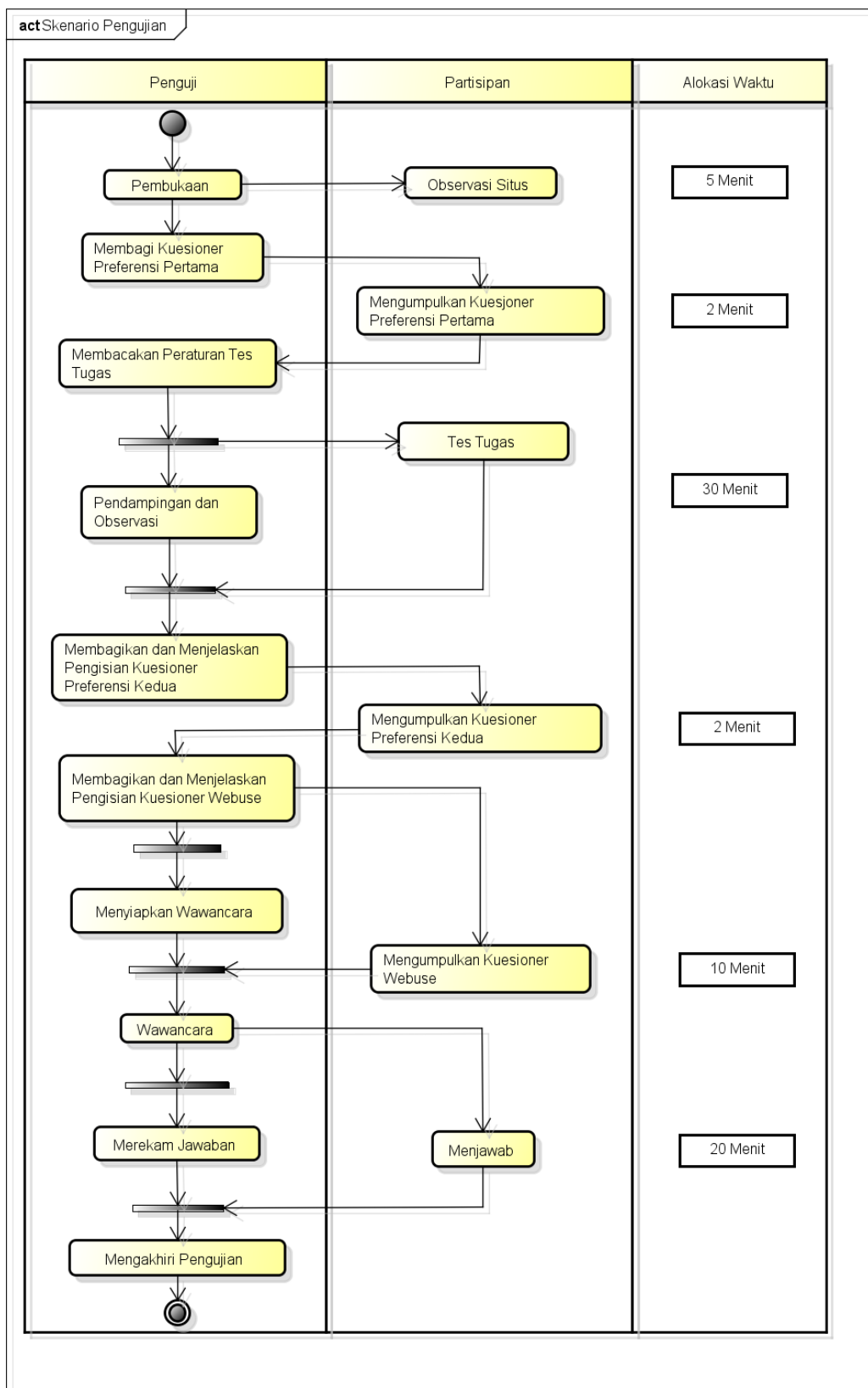
Guna menghimpun ke-12 calon partisipan tersebut, penulis akan melakukan perekrutan. Perekrutan dilakukan dengan menanyakan pada teman-teman penulis yang berminat menjadi partisipan pengujian dan menjelaskan maksud serta tujuan dari pengujian. Jika calon partisipan berminat, penulis akan meminta calon partisipan untuk menuliskan nama, kontak yang dapat dihubungi, serta memilih jadwal pengujian. Di akhir perekrutan, penulis juga akan meminta tolong jika di antara calon partisipan memiliki teman yang berminat mengikuti pengujian dapat merekomendasikannya pada penulis.

Sedangkan untuk tahap pengujian usulan perubahan antarmuka pengguna sendiri, penulis akan mengujikan setiap perubahan kepada 5 orang partisipan dari pengujian awal yang dipilih secara acak. Dengan pemilihan secara acak ini diharapkan setiap perubahan antarmuka pengguna yang telah dilakukan mampu memenuhi kebutuhan pengguna yang berbeda.

3.3.2. Skenario Pengujian

Secara garis besar skenario yang digunakan untuk setiap pengujian sama. Skenario yang dilakukan pada pengujian ini adalah:

- Pertama penguji akan melakukan pembukaan yang diisi dengan pengenalan diri dan dilanjutkan dengan penjelasan tujuan dari penelitian dan pengujian yang akan dilakukan.
- Kedua, penguji mempersilahkan partisipan untuk membuka ketiga situs dan mengamatinya selama 5 menit. Setelah partisipan membuka ketiga situs, penguji akan membagikan lembar kuesioner preferensi pertama dan membacakan tata cara pengisiannya.
- Ketiga, setelah partisipan selesai mengisi kuesioner, dilanjutkan dengan tes tugas. Sebelum tes tugas dimulai penguji akan membacakan tata cara pengerjaan tes. Selama tes tugas berlangsung penguji akan mencatat waktu dan langkah-langkah yang dikerjakan oleh partisipan.
- Keempat, setelah tes tugas berakhir, penguji kembali membagikan kuesioner preferensi kedua. Dalam pengisiannya partisipan boleh merubah pilihannya dari pilihan semula.
- Kelima, setelah partisipan menyelesaikan pengisian kuesioner preferensi, penguji akan membagikan kuesioner WEBUSE dan menjelaskan tata cara pengisiannya.
- Keenam, selagi partisipan mengisi kuesioner, penguji akan memeriksa kedua kuesioner preferensi dan mengkonfirmasi jika terjadi kesalahan pengisian. Setelah itu dilanjutkan dengan mempersiapkan perekam dan daftar wawancara.
- Ketujuh, setelah partisipan selesai mengumpulkan lembar kuesioner WEBUSE. Tahap berikutnya adalah wawancara. Selama wawancara jawaban partisipan akan direkam sebagai dokumentasi penelitian.
- Kedelapan, pengujian berakhir dan penguji menanyakan ketersediaan partisipan untuk mengikuti pengujian berikutnya. Jika partisipan bersedia, penguji akan memberikan jadwal pengujian berikutnya melalui pesan singkat.



powered by astah

Gambar 3. 2 Skenario dan Alokasi Waktu Pengujian

3.3.3. Perancangan Instrumen Pengujian

Instrumen pengujian merupakan alat yang digunakan untuk menghimpun data. Pada penelitian ini instrumen pengujian yang digunakan adalah kuesioner, tes, dan wawancara.

3.3.3.1. Tes tugas

Tes tugas digunakan untuk mengukur *usability* situs pada aspek khusus. Data yang dikumpulkan dari tes ini adalah keberhasilan tugas dan lama waktu penyelesaiannya. Selama tes berlangsung penguji akan mengobservasi setiap langkah yang dilakukan partisipan dan memutuskan hasil akhir setiap tugas. Terdapat dua status hasil akhir tugas yang dapat dicapai oleh partisipan. Tugas dengan status berhasil atau gagal. Tugas yang dinyatakan gagal apabila jawaban akhir yang diberikan tidak sesuai (salah) atau partisipan menyerah sebelum berhasil menemukan jawaban.

Tabel 3. 2 Instrumen Tes Tugas

Data	Keterangan
Instrumen	Tes Tugas
Jumlah Tugas	6 tugas setiap situs
Tujuan	Mengukur <i>usability</i> aspek khusus dan observasi selama berinteraksi dengan ketiga situs
Pengukuran	<ul style="list-style-type: none"> ○ Jumlah keberhasilan tugas ○ Kecepatan waktu menyelesaikan tugas
Alat	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Stopwatch</i> ○ Kamera perekam

Selama tes berlangsung penguji tidak diperbolehkan memberi bantuan apa pun dan akan mencatat lama waktu pengerjaan tes dengan *stopwatch*. Agar partisipan tidak merasa tertekan, sebelum tes dimulai penguji akan memberitahukan tujuan tes dilakukan adalah untuk mengukur kemampuan situs dalam membantu menyelesaikan tugas bukan kemampuan partisipan menggunakan situs, sehingga partisipan boleh mengakhiri tes jika merasa kesulitan.

Tabel 3. 3 Daftar Tes Tugas dan Tujuan

Tugas	Deskripsi	Tujuan	Kriteria Tugas Berhasil
1	Menemukan kategori barang yang paling banyak terjual	Mengidentifikasi kemudahan membaca daftar barang disetiap situs	Kategori / label barang terjual dengan jumlah terbanyak
2	Menemukan prosedur cara pembelian	Mengidentifikasi kemudahan menemukan informasi cara beli dan kemudahan memahami cara pembelian	- Menemukan informasi pemilik situs dan kontak yang dapat dihubungi, - Menemukan no. Rekening pembayaran
3	Menemukan informasi penting lainnya seperti cara pengiriman dan jaminan barang	Mengetahui informasi yang belum lengkap untuk ditambahkan pada situs	Menjelaskan cara pengiriman barang sesuai armada yang ada
4	Mencari barang tanpa bantuan fasilitas <i>search</i>	Mengidentifikasi tingkat kemudahan dan keefektifan penggunaan navigasi dan arsitektur situs	Barang yang ditemukan sesuai dengan permintaan penguji
5	Mencari barang dengan ciri-ciri tertentu dengan bantuan fasilitas <i>search</i>	Mengetahui tingkat kemudahan penggunaan situs dengan bantuan <i>search</i> dan mengidentifikasi kekurangan fasilitas <i>search</i> yang sudah ada	- Barang yang ditemukan sesuai dengan permintaan penguji - Menceritakan informasi dari barang yang ditemukan
6	Menyebutkan 4 barang yang paling baru diunggah	Mengidentifikasi kemudahan membaca konten	Empat barang yang berada pada halaman utama home

3.3.3.2. Kuesioner

1. Kuesioner data diri dan pengalaman belanja online

Kuesioner ini dibagikan sebelum pengujian dilakukan. Tujuan dari kuesioner ini untuk mengetahui profil partisipan, aktifitas dengan internet, pengalaman belanja online yang pernah dilakukan, dan keminatan terhadap barang antik.

Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Kuesioner Data Diri

No.	Poin	Informasi Yang Dikumpulkan
1.	Profil	Data diri peserta: <ul style="list-style-type: none"> • Nama • Jenis Kelamin • Usia
2.	Pengalaman menggunakan internet	Aktifitas yang biasa dilakukan dengan internet: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Browsing</i> • <i>Game online</i> • Sosial media • Belanja online • Lainnya
3.	Pengetahuan dan Pengalaman berbelanja online secara umum	Mengetahui aktifitas belanja online: <ul style="list-style-type: none"> • Pernah berbelanja online • Barang yang biasa dibeli melalui media online • Tempat (situs) biasa digunakan untuk berbelanja online • Alasan berbelanja online
4.	Kemoinatan terhadap barang antik	Mengetahui aktifitas jual-beli online barang antik: <ul style="list-style-type: none"> • Suka terhadap barang antik • Pernah mengakses situs jual-beli online barang antik • Pernah melakukan jual beli online barang antik

2. Kuesioner Preferensi

Pada penelitian ini preferensi diartikan sebagai pilihan pengguna terhadap atribut antarmuka pengguna situs dari ketiga situs yang dibandingkan. Oleh sebab itu kuesioner preferensi ini diambil sebanyak dua kali. Kuesioner pertama diambil sebelum tes tugas dengan tujuan untuk mengetahui persepsi awal pengguna berdasarkan tampilan situs. Sedangkan kuesioner kedua diambil setelah tes tugas dengan tujuan untuk mengetahui perubahan nilai akhir yang pengguna setelah menggunakan situs.

Tabel 3. 5 Instrumen Kuesioner Preferensi

Data	Keterangan
Instrumen	Kuesioner Preferensi
Jumlah Tugas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preferensi Pertama (sebelum interaksi dengan situs) ○ Preferensi Kedua (setelah interaksi dengan situs)
Tujuan	Mengukur nilai preferensi terhadap atribut estetika, konten, navigasi, dan arsitektur
Pengukuran	Rata-rata peringkat preferensi situs Abu Art Shop dibandingkan kedua situs lainnya

Tabel 3. 6 Keterangan Penilaian Preferensi Atribut Desain

Poin Penilaian	Keterangan
Desain Estetika	Tingkat kenyamanan, keserasian, dan kemenarikan tampilan situs berdasarkan pemilihan warna latar dan huruf serta ukurannya.
Desain Konten	Kelengkapan isi informasi yang diberikan dan kualitas foto yang ditampilkan
Desain Navigasi	Pemilihan model menu dan pengkategorian barang yang diterapkan memudahkan penggunaan
Desain Arsitektur	Kesesuaian desain keseluruhan situs dengan tujuan pembuatan situs serta tata letak setiap informasi yang baik dan terorganisir dengan rapi

Sumber: (Lee and Koubek, 2010)

3. Kuesioner WEBUSE

Tujuan dari kuesioner ini untuk mendapatkan nilai *usability* situs pada aspek umum yang diukur per atribut dan per kategori. Terdapat empat kategori yang dinilai dengan kuesioner ini yaitu *content, organization, and readability, navigation and links, user interface design, dan performance and effectiveness*. Agar sesuai dengan kebutuhan penelitian, dari 23 poin pertanyaan ada kemudian dipilih 19 pertanyaan untuk dinilai.

Tabel 3. 7 Instrumen Kuesioner WEBUSE

Data	Keterangan
Instrumen	Kuesioner WEBUSE
Jumlah Tugas	19 atribut pertanyaan yang terdiri dari 4 kategori <i>usability</i>
Tujuan	Mengukur nilai <i>usability</i> aspek umum
Pengukuran	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menggunakan rumus <i>usability</i> WEBUSE ○ Memperoleh nilai <i>usability</i> per atribut dan per kategori ○ Mengetahui level <i>usability</i>

Tabel 3. 8 Daftar Atribut Pertanyaan Kuesioner WEBUSE

Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>content, organisation and readability</i>		KODE
2	Saya merasa mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam <i>website</i> .	1
3	Isi yang terdapat dalam <i>website</i> tersusun / terorganisasi dengan baik.	2
4	Saya merasa mudah membaca isi / konten <i>website</i> .	3
5	Saya merasa nyaman dan terbiasa dengan bahasa yang digunakan.	4
6	Saya tidak perlu menggunakan <i>scroll</i> ke kiri dan ke kanan ketika membaca <i>content website</i>	5
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>navigation dan links</i>		
7	Saya merasa mudah mengetahui posisi keberadaan ketika menjelajahi <i>website</i> .	6
8	<i>Website</i> mempunyai petunjuk dan <i>link</i> yang mempermudah saya memperoleh informasi yang diinginkan.	7
9	Saya merasa mudah menjelajah <i>website</i> menggunakan <i>link</i> yang ada atau tombol <i>back</i> pada <i>browser</i> .	8
11	<i>Website</i> tidak terlalu banyak membuka <i>browser windows</i> baru ketika saya menjelajahi <i>website</i> .	9
12	Penempatan <i>links</i> atau menu disusun secara standar dan mudah dikenali.	10
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>user interface design</i>		
13	Desain <i>interface website</i> atraktif.	11
14	Saya merasa nyaman dengan warna yang digunakan dalam <i>website</i> .	12
15	<i>Website</i> tidak mengandung fitur yang mengganggu seperti <i>scrolling</i> atau <i>blinking</i> teks dan animasi berulang.	13
16	<i>Website</i> mempunyai tampilan yang konsisten.	14
17	<i>Website</i> tidak terlalu banyak mengandung <i>web advertisement</i> .	15
18	Desain <i>Website</i> menimbulkan ketertarikan dan mudah dipelajari cara penggunaannya.	16
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>performance and effectiveness</i>		
20	Saya merasa mudah membedakan <i>links</i> yang sudah dan belum dikunjungi.	17
22	<i>Website</i> memberi respon yang sesuai dengan harapan untuk semua aksi yang dilakukan.	18
23	Saya merasa efisien ketika menggunakan <i>website</i> .	19

3.3.3.3. Wawancara

Terdapat dua wawancara yang dilakukan. Wawancara pertama digunakan untuk mengkonfirmasi jawaban kuesioner data diri dan pengalaman belanja online partisipan serta untuk menggali ketertarikan partisipan terhadap blog. Wawancara kedua digunakan untuk menggali informasi alasan pemilihan situs, kesulitan yang dialami, dan saran perubahan situs. Khusus wawancara kedua jawaban partisipan akan direkam dan dibatasi maksimal 20 menit untuk setiap orang.

Tabel 3. 9 Instrumen Wawancara

Data	Keterangan
Instrumen	Wawancara Terstruktur
Pelaksanaan	Sebelum Pengujian Setelah Pengujian
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mengkonfirmasi hasil kuesioner yang telah diisi ○ Menggali informasi lebih mendalam mengenai permasalahan dan perasaan selama berinteraksi dengan ketiga situs.
Alat	Perekam suara

Tabel 3. 10 Daftar Pertanyaan Wawancara

Poin	Pertanyaan
1	Pendapat tampilan antarmuka ketiga situs, meliputi: <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan skema warna yang dipilih • Pemilihan ukuran dan jenis font serta kemudahan untuk dibaca
2	Pendapat kelengkapan informasi cara pembelian, jaminan dan pengiriman barang, serta detail barang.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan mekanisme navigasi mudah digunakan • Dapat membedakan teks tautan dan teks biasa • Kesesuaian tautan dengan isi informasi
4	<ul style="list-style-type: none"> • Pengkategorian barang dan menu-menu yang digunakan • Tugas yang paling sukar/lama diselesaikan • Fasilitas <i>search</i>
5	Saran perubahan yang diperlukan untuk antarmuka situs Abu Art Shop

3.4. Analisa Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Analisa data kuantitatif dengan mengolah data yang dikumpulkan dari pengisian kuesioner dan tes tugas dengan rumus statistika. Analisa data kualitatif adalah analisa data hasil wawancara.

Berikut rumus statistika yang digunakan untuk menganalisa data kuantitatif :

1. Rata-rata tingkat pilihan situs

$$\text{Rerata Pilihan} = \frac{\text{Total nilai pilihan situs setiap atribut}}{\text{Total partisipan}} \quad (3.1)$$

2. Nilai *usability* situs per atribut

$$x = \frac{[\sum_{k=1}^n a_{jk}]}{n}, \forall j \tag{3.2}$$

3. Nilai *usability* situs per kategori

$$x = \frac{[\sum_{j=1}^m jci \sum_{k=1}^n a_{jk}]}{[m.n]}, \forall j \tag{3.3}$$

Keterangan:

j = atribut

m = total atribut

i = dimensi

n = total partisipan

k = partisipan

a_{jk} = jumlah nilai j atribut dan k partisipan

4. Rata-rata waktu penyelesaian tugas

$$\text{Rerata Waktu} = \frac{\text{Total waktu berhasil menyelesaikan tugas}}{\text{Total partisipan berhasil menyelesaikan tugas}} \tag{3.4}$$

5. Standar Deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}} \tag{3.5}$$

Keterangan:

x : total waktu berhasil menyelesaikan tugas

n : jumlah partisipan berhasil menyelesaikan tugas

3.5. Penarikan Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir yang dilakukan setelah semua proses pengujian dan analisa data dilaksanakan adalah penarikan kesimpulan. Dari penarikan kesimpulan tersebut dapat menjawab rumusan masalah. Selain itu, saran juga akan disertakan sebagai bentuk koreksi dari penelitian ini yang dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

BAB IV

HASIL PENGUJIAN

Pada bab ini akan ditampilkan hasil pelaksanaan pengujian, partisipan pengujian, dan hasil kuesioner serta tes tugas pengujian pada tahap pengujian awal, perubahan antarmuka pengguna, dan pengujian akhir.

4.1. Pelaksanaan Pengujian

Pengujian awal dilaksanakan pada tanggal 25 November 2014 sampai 2 Desember 2014 bertempat di Laboratorium Game dengan menggunakan komputer yang tersedia pada laboratorium. Untuk tahap perubahan antarmuka situs dan pengujiannya dilaksanakan pada tanggal 13 Desember 2014 sampai 19 Desember 2015 dan bertempat di Laboratorium Game. Sedangkan pengujian akhir dilakukan pada tanggal 22 Desember 2015 sampai 30 Desember 2015 tetapi karena terjadi kesalahan prosedur sehingga diulang kembali pada tanggal 14 Februari 2015 sampai 21 Februari 2015 yang dilaksanakan di area Universitas Brawijaya dengan menggunakan laptop pribadi penulis.

4.2. Partisipan Pengujian

Partisipan pengujian awal berjumlah 12 orang dengan usia 21 hingga 23 tahun yang terdiri dari 41,67% laki-laki dan 58,33% perempuan. Keseluruh partisipan adalah pengguna internet dan pernah membuka situs jual-beli online. Tetapi hanya 58,33% dari partisipan yang pernah berbelanja online. Sebanyak 75% partisipan biasa mengakses situs jual beli online resmi (Lazada, Zalora, Olx), 16,67% media sosial (BBM, FB, Intagram), 8,33% forum online (Kaskus), dan 0% melalui blog untuk berbelanja atau sekedar melihat-lihat produk. Alasan mereka membuka situs-situs tersebut karena 58,33% pilihan harga dan barang banyak, 16,67% rekomendasi teman, 16,67% lainnya karena aman, dan 8,33% merasa tampilan menarik. Sedangkan alasan blog tidak pilih karena kurang aman. Selain itu, keseluruhan partisipan mengaku tidak pernah berbelanja barang antik melalui media online walaupun 41,67% di antaranya mengaku menyukai barang antik. Data lengkapnya dapat dilihat pada **Lampiran 6**.

Pada pengujian akhir, partisipan berjumlah 12 orang berusia 20 sampai 23 tahun dan terdiri dari 50% laki-laki dan 50% perempuan. Keseluruh partisipan adalah pengguna internet dan mengetahui aktifitas jual-beli online. mereka biasa mengakses situs jual beli online resmi (Lazada, Zalora, Olx) 58,33%, media sosial (BBM, FB, Instagram) 25%, forum online (Kaskus) 16,67% , dan blog 0% untuk berbelanja atau sekedar melihat produk. Alasan partisipan memilih situs-situs tersebut karena pilihan harag dan barang banyak (16,67%), rekomendasi teman (25%), tampilan menarik (41,67%), aman (8,33%) dan lainnya (8,33%). Sedangkan alasan tidak memilih blog sama seperti partisipan sebelumnya karena faktor keamanan. Berbeda dengan pengujian awal, seluruh partisipan (100%) pada pengujian akhir tidak ada yang menyukai barang antik. Data lengkap dapat dilihat pada **Lampiran 7**.

4.3. Hasil Kuesioner Preferensi

Preferensi situs dinilai berdasarkan empat atribut desain antarmuka situs, yaitu estetika, konten, navigasi, dan arsitektur. Pengambilan data preferensi dilakukan sebanyak dua kali yaitu sebelum dan setelah tes tugas. Nilai-nilai yang diberikan oleh partisipan (**Lampiran 8** dan **Lampiran 9**) kemudian dihitung rata-ratanya dengan rumus 3.1.

Tabel 4. 1 Rata-rata Preferensi Pengujian Awal

Situs	Rerata Preferensi Sebelum Tes				Rerata Preferensi Setelah Tes			
	Estetika	Konten	Navigasi	Arsitektur	Estetika	Konten	Navigasi	Arsitektur
Abu Art Shop	2,75	2,67	2,75	2,5	2,67	2,58	2,33	2,5
Situs Kedua	1,33	1,58	1,33	1,67	1,92	1,58	1,42	1,5
Situs Ketiga	1,92	1,75	1,92	1,58	1,42	1,83	2,25	2,0

Tabel 4. 2 Rata-rata Preferensi Pengujian Akhir

Situs	Rerata Preferensi Sebelum Tes				Rerata Preferensi Setelah Tes			
	Estetika	Konten	Navigasi	Arsitektur	Estetika	Konten	Navigasi	Arsitektur
Abu Art Shop	1,25	1,83	1,58	1,33	1,33	2,00	1,17	1,42
Situs Kedua	2,17	1,75	1,83	2,17	2,00	1,67	2,33	2,08
Situs Ketiga	2,58	2,42	2,58	2,50	2,67	2,33	2,50	1,42

4.4. Hasil Kuesioner WEBUSE

Kuesioner WEBUSE diisi oleh partisipan setelah tes. Tujuan dari kuesioner ini untuk mendapatkan nilai *usability* aspek umum yang diolah dari nilai *usability* per atribut dan per kategori. Terdapat 19 atribut yang dibagi menjadi empat kategori *usability* situs yaitu *Content*, *Organization*, and *Readability*, *Navigation and Links*, *Design User Interface*, dan *Performance and Effectiveness*. Data yang telah dikumpulkan dari kedua pengujian (**Lampiran 10** dan **Lampiran 11**), kemudian dihitung nilai *usability* per atribut dengan rumus 3.2 dan nilai *usability* per kategori menggunakan rumus 3.3.

Tabel 4. 3 Nilai *Usability* Per Atribut Pengujian Awal dan Akhir

Atribut	<i>Usability</i> Pengujian Awal			<i>Usability</i> Pengujian Akhir		
	Abu Art Shop	Situs Kedua	Situs Ketiga	Abu Art Shop	Situs Kedua	Situs Ketiga
1	0,55	0,63	0,65	0,60	0,58	0,60
2	0,44	0,71	0,65	0,77	0,54	0,56
3	0,52	0,73	0,63	0,88	0,56	0,71
4	0,69	0,73	0,67	0,79	0,60	0,73
5	0,63	0,67	0,67	0,83	0,58	0,63
6	0,40	0,58	0,63	0,71	0,60	0,63
7	0,40	0,65	0,65	0,73	0,58	0,73
8	0,42	0,60	0,58	0,75	0,58	0,75
9	0,50	0,58	0,63	0,81	0,63	0,67
10	0,46	0,67	0,63	0,73	0,54	0,56
11	0,42	0,69	0,63	0,67	0,50	0,54
12	0,44	0,67	0,69	0,79	0,56	0,50
13	0,65	0,73	0,69	0,88	0,75	0,67
14	0,56	0,69	0,67	0,83	0,77	0,79
15	0,67	0,58	0,63	0,90	0,65	0,69
16	0,33	0,60	0,60	0,65	0,52	0,54
17	0,48	0,52	0,52	0,60	0,52	0,46
18	0,63	0,58	0,67	0,75	0,58	0,56
19	0,44	0,58	0,67	0,79	0,54	0,54

Tabel 4. 4 Nilai *Usability* Per Kategori Pengujian Awal

Kategori <i>Usability</i> Situs	Abu Art Shop		Situs Kedua		Situs Ketiga	
	Nilai <i>Usability</i>	Level <i>Usability</i>	Nilai <i>Usability</i>	Level <i>Usability</i>	Nilai <i>Usability</i>	Level <i>Usability</i>
<i>Content, Organization, and Readability</i>	0,56	Moderate	0,68	Good	0,65	Good
<i>Navigation and Links</i>	0,43	Moderate	0,62	Good	0,62	Good
<i>Design User Interface</i>	0,51	Moderate	0,66	Good	0,65	Good
<i>Performance and Effectiveness</i>	0,52	Moderate	0,56	Moderate	0,62	Good

Tabel 4. 5 Nilai *Usability* Per Kategori Pengujian Akhir

Kategori <i>Usability</i> Situs	Abu Art Shop		Situs Kedua		Situs Ketiga	
	Nilai <i>Usability</i>	Level <i>Usability</i>	Nilai <i>Usability</i>	Level <i>Usability</i>	Nilai <i>Usability</i>	Level <i>Usability</i>
<i>Content, Organization, and Readability</i>	0,78	Good	0,58	Moderate	0,65	Good
<i>Navigation and Links</i>	0,77	Good	0,59	Moderate	0,67	Good
<i>Design User Interface</i>	0,78	Good	0,63	Good	0,62	Good
<i>Performance and Effectiveness</i>	0,72	Good	0,55	Moderate	0,52	Moderate

4.5. Hasil Tes Tugas

Data yang dikumpulkan dari tes ini adalah keberhasilan tugas dan kecepatan menyelesaikan tugas. Tugas dinyatakan gagal jika jawaban partisipan tidak sesuai dengan permintaan tugas atau partisipan menyerah saat pengerjaan tugas. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian dihitung jumlah kegagalan, rata-rata lama waktu penyelesaian tugas dengan rumus 3.4, dan Standar Deviasi (SD) dengan rumus 3.5. Daftar tugas yang diujikan dapat dilihat pada **Lampiran 4**. Dari seluruh tugas yang diberikan, tugas pencarian dengan atau tanpa bantuan search merupakan tugas yang paling banyak memakan waktu dan mengalami kegagalan. Hasil tes dapat dilihat pada **Lampiran 12** dan **Lampiran 13**.

4.6. Hasil Wawancara

Terdapat dua wawancara yang dilakukan pada penelitian ini. Wawancara pertama dilakukan sebelum pengujian dilakukan untuk mengkonfirmasi kuesioner data diri dan menggali ketertarikan partisipan terhadap blog. Sedangkan wawancara kedua dilakukan di akhir pengujian dan digunakan untuk menggali penyebab kegagalan menyelesaikan tugas di ketiga situs dan saran perubahan yang perlu dilakukan khususnya pada situs Abu Art Shop.

Hasil wawancara pada pengujian awal kemudian dijadikan sebagai bahan analisa perubahan pada antarmuka situs Abu Art Shop yang akan dibahas pada poin berikutnya (hasil wawancara dapat dilihat pada **Lampiran 14**). Sedangkan dari hasil wawancara pengujian akhir, penulis menyimpulkan menjadi beberapa poin, yaitu:

1. Secara keseluruhan dari segi warna dan tata letak situs Abu Art Shop sudah bagus baik tetapi perlu dibuat lebih menarik lagi.
2. Kesulitan yang masih sering dialami adalah membedakan kategori barang yang terjual maupun yang belum terjual karena model menu yang diterapkan masih terlalu dalam sehingga perlu disederhanakan kembali. Selain itu keterangan untuk kategori barang yang dijual dan sudah terjual perlu diperjelas kembali.
3. Konten detail barang pada halaman Home perlu ditambah dan ditampilkan dalam bentuk poin-poin penting agar tidak perlu membuka tautan baca selengkapnya untuk mengetahui detail yang lebih lengkap.
4. Penambahan pencarian dengan kategori tertentu pada fasilitas *search*.

4.7. Hasil Perubahan Antarmuka Pengguna

Perubahan antarmuka pengguna dijadwalkan untuk dilakukan sebanyak dua kali. Kedua hasil perubahan tersebut akan diujikan pada 5 orang partisipan yang berbeda. Pengujian dilakukan secara berurutan yaitu setelah pengujian perubahan pertama dan dikumpulkan daftar permasalahan yang belum terselesaikan, akan dilakukan perubahan ulang dan diujikan kembali. Dengan pengujian sebanyak dua kali ini diharapkan diperoleh desain antarmuka pengguna final yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4.7.1. Daftar Permasalahan Antarmuka Pengguna

Dari hasil observasi tes tugas dan wawancara pengujian awal, penulis menyimpulkan beberapa permasalahan khusus yang terjadi di situs Abu Art Shop. Permasalahan tersebut antara lain:

1. Warna situs (latar, teks, teks tautan) terlalu suram dan membosankan.
2. Tidak ada fasilitas *search* mempersulit pencarian
3. Informasi cara pembelian, cara pengiriman, dan jaminan barang tidak lengkap.
4. Keterangan informasi detail barang kurang lengkap seperti ukuran, harga, dan kondisi barang.
5. Ukuran gambar *header* situs terlalu besar dan memakan tempat.
6. Pemilihan warna teks tautan (*links*) sulit untuk dibedakan untuk tautan yang sudah dikunjungi dan yang belum dikunjungi.

Sedangkan dari hasil observasi selama tes tugas dan wawancara di akhir pengujian, permasalahan global yang kerap dialami oleh partisipan selama men

1. Gulir (*scrolling*) yang terlalu panjang.

Ketiga situs masih menggunakan *template* blog umumnya dimana pada halaman Home menampilkan 5 sampai 6 *posting*. Permasalahannya terletak pada jumlah foto dari setiap *posting* berjumlah 4 sampai 6 foto yang semuanya ditampilkan pada halaman Home. Keadaan ini memaksa pengguna untuk menunggu sampai situs berhasil memuat semua foto. Selain itu, hal ini juga menyebabkan permasalahan lain yaitu *srcolling* yang panjang untuk menemukan barang yang dicari ataupun membuka tautan (*links*) ke halaman selanjutnya yang berada di bagian terbawah pada sidebar utama situs.

2. Pemilihan model menu kategori barang yang mengikuti *template* blog kurang efisien.

Pada ketiga situs menu kategori barang diletakkan di sidebar sebelah kanan dan model yang digunakan adalah daftar kategori berdasarkan urutan abjad. Dimana jika situs memiliki barang yang banyak, maka daftar kategorinya juga banyak.

Misalnya untuk kategori reklame pada situs kedua yang memiliki beberapa nama kategori reklame antara lain Reklame Tempo Doeloe, Reklame Jadul, dan Reklame Antik. Ditambah lagi, pemilik situs Abu dan situs kedua menghendaki untuk tetap menyimpan *posting* barang yang telah terjual sehingga pada barang tertentu terdapat dua kategori yaitu untuk kategori barang yang terjual (dengan menambahkan TERJUAL / SOLD) dan yang belum. hal ini juga menimbulkan permasalahan bagi partisipan karena harus teliti membaca nama kategori satu per satu agar tidak ada yang terlewatkan.

3. Fasilitas *search* yang digunakan mengikuti *template* blog kurang efektif untuk pencarian barang.

Dengan model menu yang kurang efektif tersebut pada situs kedua dan ketiga memberikan kemudahan dengan menambahkan fasilitas *search*. Sayangnya fasilitas tersebut masih mengikuti *template* blog bawaan dimana saat mencari barang yang ditampilkan hanya nama-nama barang yang memiliki tautan dengan kata kunci yang dimasukkan. Hasil keluaran tersebut memaksa partisipan untuk membuat satu per satu tautan yang diberikan dengan kemungkinan benar menuju barang yang dicari atau tidak.

Sedangkan untuk situs Abu Art Shop, kekurangannya adalah tidak memiliki fasilitas *search* seperti kedua situs lainnya. Namun, seperti kebanyakan blog dengan *template* blogspot, di pojok kiri atas pasti selalu terdapat kolom *search* bawaan langsung dari blog. Tetapi demikian, tidak banyak partisipan yang menyadarinya. Dan untuk proses pencariannya pun masih sama dengan kedua situs lainnya yang tidak dapat menampilkan foto barang terkait sehingga harus membuka satu per satu tautan yang diberikan.

4. Tata letak masih menggunakan *template* blog kurang menarik dan memusingkan

Pada *template* blog umumnya untuk salah satu bagian sidebar situs dijadikan bagian kolom utama situs. Sedangkan sidebar lainnya dijadikan sebagai tempat untuk menampilkan informasi-informasi penting. Hasil tes tugas pencarian informasi cara beli dan informasi penting lainnya, pada situs kedua partisipan tidak terlalu mengalami kesulitan karena pada situs ini sudah menerapkan menu.

Menu-menu tersebut sengaja dibuat untuk memudahkan menemukan informasi penting seperti cara beli, kontak yang dapat dihubungi, dan testimoni. Hal ini berbeda dengan situs Abu dan situs ketiga yang meletakkan informasi penting seperti profil toko, cara pembelian dan pengiriman dibagian sidebar yang membutuhkan *scrolling* yang panjang. Selain itu cara penulisan informasi dalam bentuk paragraf cukup memusingkan partisipan karena terlalu panjang dan tidak langsung pada poin utamanya.

5. Pelabelan barang yang kurang sesuai dan pemilihan kata kurang tepat menimbulkan ambigu

Dari hasil wawancara, tugas pencarian barang tanpa bantuan *search* merupakan tugas tersulit. Partisipan mengaku jika nama dan pengakegorian barang sering tidak sesuai. Terdapat beberapa barang yang seharusnya dikelompokkan pada beberapa kategori agar memudahkan proses pencarian. Misalnya saat tugas pencarian piring, beberapa partisipan membuka kategori keramik dan porselain tetapi piring yang diminta tidak ditemukan. Hal ini membuat beberapa partisipan frustrasi. Menurut mereka hal ini membingungkan karena piring dapat saja masuk dalam kedua kategori tersebut. Selain itu, untuk pemilihan istilah sendiri banyak yang tidak dimengerti partisipan sehingga menimbulkan ambigu.



Berdasarkan daftar permasalahan khusus dan permasalahan global dari ketiga situs yang telah terkumpul, prioritas utama perubahan untuk antarmuka pengguna pada situs Abu Art Shop adalah sisi tampilan situs. Namun, khusus konten informasi detail dan penamaan barang, penulis tidak melakukan perubahan karena itu semua di luar pengetahuan penulis. Penulis juga merancang membagi menu situs menjadi menu khusus informasi dan menu khusus barang. Daftar perubahan usulan antarmuka situs Abu Art Shop dapat dilihat pada **Lampiran 17**.

4.7.2. Pengujian Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Pertama

Pengujian usulan perubahan antarmuka pengguna masih menggunakan skenario yang sama dengan pengujian awal. Akan tetapi partisipan yang mengikuti pengujian hanya 5 orang partisipan pengujian awal yang dipilih secara acak kembali. Hasil dari pengujian usulan perubahan antarmuka pengguna sesi pertama adalah preferensi pengguna sebelum dan setelah tes tugas berhasil menduduki pilihan pertama. Nilai *usability* pada aspek umum baik per atribut dan per kategori telah mencapai level Good. Untuk nilai *usability* pada aspek khusus juga mengalami peningkatan. Akan tetapi pada Tugas 4 (pencarian barang tanpa bantuan *search*) dan Tugas 5 (pencarian barang dengan bantuan *search*) terjadi penurunan kecepatan waktu. Data pengujian dapat dilihat pada **Lampiran 15**.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan selama tes tugas penyebab kegagalan ini karena selain belum terbiasa dengan tampilan situs, partisipan mengalami kesulitan untuk mengidentifikasi kategori barang terjual yang dibuat mendaftar berdasarkan jumlah barang yang paling banyak terjual. Guna menyelesaikan hal tersebut, penulis melakukan perubahan kembali seperti pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4. 6 Daftar Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua

No.	Perubahan Antarmuka Pertama	Perubahan Antarmuka Kedua
1.	<p>Pada perubahan sesi pertama kategori barang dibedakan menjadi yang tersedia yang diurutkan berdasarkan abjad dan terjual yang diurutkan berdasarkan kategori barang yang paling banyak terjual</p>  <p>The screenshot shows a dropdown menu with 'LABEL' selected. Below it, a list of items is displayed, sorted alphabetically by category. The items are: SOLD, keramik SOLD (60), kain -- batik SOLD (50), kristal SOLD (44), piring SOLD (42), tea set dan cangkir SOLD (36), permik SOLD (35), mebel SOLD (21), satsuma SOLD (20), lampu SOLD (16), kayu oriental SOLD (14), pot SOLD (14), and kap lampu SOLD (13).</p>	<p>Kategori barang yang tersedia dihapus dan disisakan kategori barang terjual yang diurutkan berdasarkan kategori yang paling banyak terjual tetapi ditampilkan secara mendatar agar mudah dibaca.</p>  <p>The screenshot shows a dropdown menu with 'SOLD' selected. Below it, a list of items is displayed, sorted by quantity. The items are: keramik SOLD (60), kain -- batik SOLD (50), kristal SOLD (44), piring SOLD (42), tea set dan cangkir SOLD (36), permik SOLD (35), mebel SOLD (21), satsuma SOLD (20), lampu SOLD (16), kayu oriental SOLD (14), pot SOLD (14), kap lampu SOLD (13), teko SOLD (12), toples SOLD (12), keramik (11), foto jadull SOLD (10), jam SOLD (9), koin kuno SOLD (9), mangkuk basi SOLD (8), gelas-gelas-tata'an SOLD (7), set makan SOLD (7), lukisan SOLD (6), mangkuk SOLD (5), patung SOLD (5), mainan SOLD (4), nampan SOLD (4), tegel SOLD (4), ramar buah SOLD (4), and hotel-hotel.</p>

4.7.3. Pengujian Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua

Hasil dari pengujian sesi kedua ini sama seperti pengujian sesi pertama yaitu preferensi pengguna terhadap usulan perubahan antarmuka menduduki pilihan pertama, nilai *usability* aspek umum mencapai level *Good*, dan untuk *usability* aspek khusus, masih terjadi permasalahan pada Tugas 4 (pencarian barang tanpa *search*), Tugas 5 (pencarian barang dengan *search*), dan Tugas 5 (menyebutkan 4 barang yang paling baru diunggah).

Alasan partisipan gagal menyelesaikan Tugas 4 dan 5 sama seperti sebelumnya yaitu belum terbiasa sehingga kesulitan menemukan kategori barang yang telah terjual. Tetapi untuk rata-rata waktunya mengalami peningkatan dibandingkan pengujian usulan desain perubahan pertama. Sedangkan untuk Tugas 6 terdapat 1 orang partisipan gagal dikarenakan partisipan tersebut tidak menyadari berada pada halaman kategori tertentu sehingga jawaban yang diberikan salah. Dari segi rata-rata waktunya sendiri juga mengalami penurunan dikarenakan beberapa partisipan masih tertarik membuka halaman kategori lain sebelum akhirnya membuka halaman Home dan menyelesaikan tugas. Data pengujian usulan perubahan antarmuka sesi kedua dapat dilihat pada **Lampiran 16**.

4.7.4. Perbandingan Hasil Pengujian Perubahan

Membandingkan hasil pengujian kedua desain usulan untuk kuesioner preferensi sebelum dan sesudah tes, dari keduanya situs Abu Art Shop sudah berapa pada pilihan pertama. Hasil kuesioner WEBUSE sendiri, nilai *usability* per atribut dan per kategori dari kedua pengujian juga sudah menunjukkan peningkatan nilai. Hasil tes tugas juga demikian, rata-rata waktu penyelesaian juga meningkat kecuali untuk keberhasilan Tugas 4 dan 5. Guna memperbaiki permasalahan pada tes tugas, penulis melakukan perubahan final sebelum diujikan pada pengujian akhir. Daftar perubahan antarmuka Final situs Abu Art Shop dapat dilihat pada **Lampiran 18**.

BAB V

PEMBAHASAN

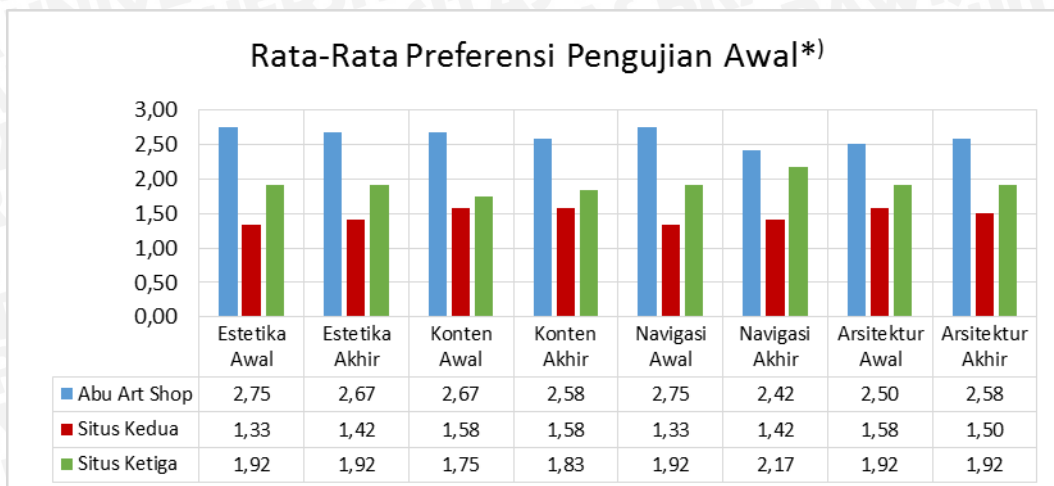
5.1. Hubungan Antarmuka Pengguna Situs Dengan Preferensi

Untuk mengetahui preferensi pengguna terhadap antarmuka pengguna situs, penulis membandingkan preferensi setiap atribut yang diberikan oleh partisipan untuk ketiga situs pada pengujian awal (sebelum perubahan) dan pengujian akhir (setelah perubahan). Dari perbandingan nilai-nilai tersebut, penulis menemukan bahwa perubahan nilai banyak terjadi untuk atribut konten, kemudian disusul oleh atribut navigasi, arsitektur, dan terakhir estetika.

Pada pengujian awal (sebelum perubahan), perubahan preferensi pada setiap atribut masing-masing sebesar 8,33 % (1 dari 12 orang) merubah nilai atribut estetika, 66,67% (8 dari 12 orang) merubah nilai atribut konten, 66,67% (8 dari 12 orang) merubah nilai atribut navigasi, dan 50% (6 dari 12 orang) merubah nilai atribut arsitektur. Pada pengujian akhir (setelah perubahan), perubahan nilai preferensi yang diberikan oleh partisipan untuk setiap atribut masing-masing sebesar 16,67% (2 dari 12 orang) pada atribut estetika, 66,67% (8 dari 12 orang) pada atribut konten, 50% (6 dari 12 orang) pada atribut navigasi, dan 33,33% (4 dari 12 orang) pada atribut arsitektur.

Tabel 5. 1 Daftar Perubahan Preferensi Pengujian Awal dan Akhir

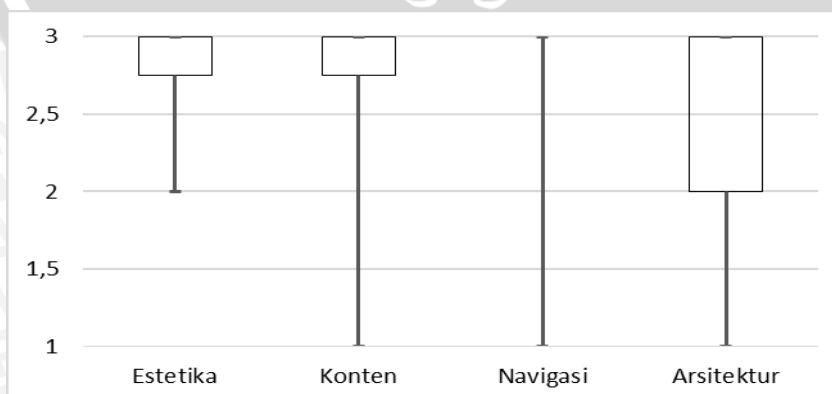
Atribut Desain	Perubahan Preferensi Sebelum Perubahan	Perubahan Preferensi Setelah Perubahan
Estetika	1 orang	2 orang
Konten	8 orang	8 orang
Navigasi	8 orang	6 orang
Arsitektur	6 orang	4 orang



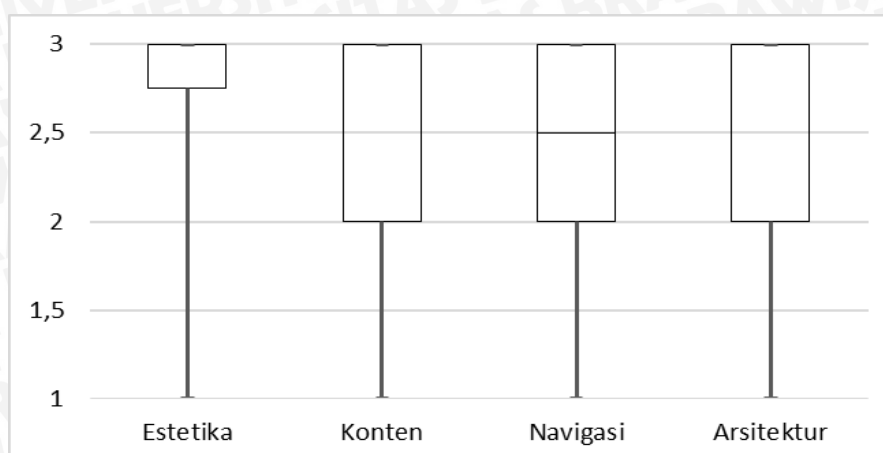
*) Nilai rata-rata merepresentasikan tingkat preferensi situs. Situs dengan nilai rata-rata lebih tinggi menandakan kurang dipilih dan sebaliknya nilai rata-rata yang lebih rendah menandakan lebih banyak dipilih.

Gambar 5. 1 Grafik Rata-rata Preferensi Atribut Antarmuka Pengguna Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)

Hasil pengolahan nilai preferensi pengujian awal (sebelum perubahan), nilai rata-rata preferensi situs Abu Art Shop untuk keempat atribut estetika, konten, navigasi, dan arsitektur lebih tinggi dibandingkan nilai atribut kedua situs lainnya. Tingginya nilai rata-rata ini menandakan partisipan lebih banyak menjatuhkan pilihan terbawah pada keempat atribut antarmuka situs Abu Art Shop. Selain itu juga tidak terjadi banyak perubahan nilai rata-rata preferensi saat sebelum interaksi maupun setelah interaksi dengan situs. Nilai rata-rata sebelum interaksi berada pada tingkat preferensi terbawah dengan rentang nilai 2,5 - 2,75. Dan setelah terjadi interaksi, nilai preferensi ini masih berada pada tingkat terbawah walaupun mengalami sedikit peningkatan yaitu pada rentang 2,42 - 2,67.



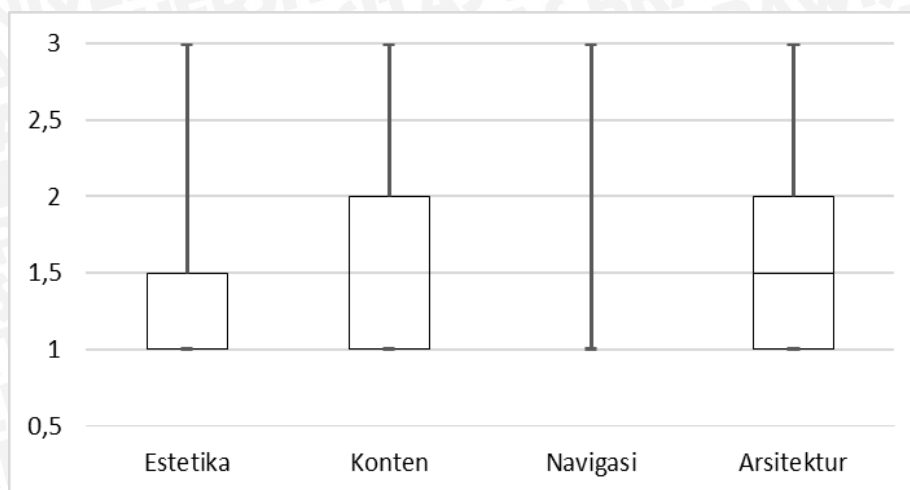
Gambar 5. 2 Box plot Preferensi Awal Situs Abu Art Shop Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)



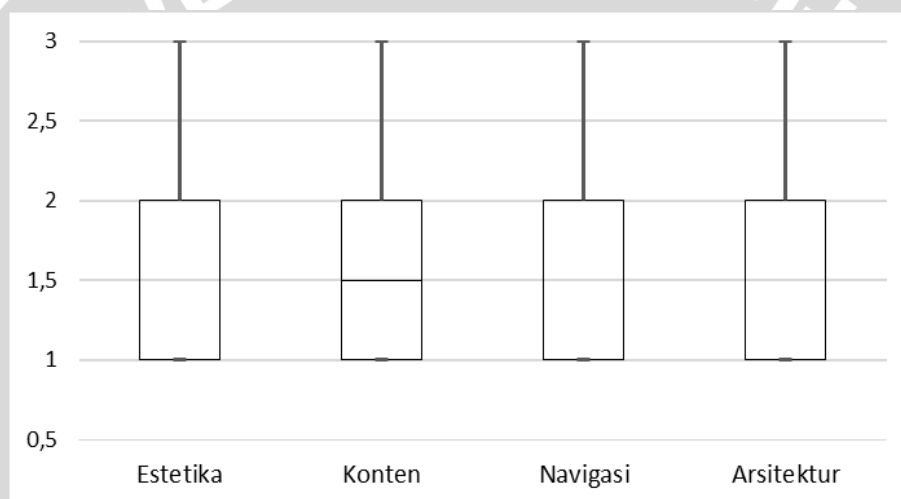
Gambar 5.3 Box plot Preferensi Akhir Situs Abu Art Shop Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)

Preferensi awal sebelum berinteraksi (Gambar 5.2) dari keempat atribut yang dinilai terlihat jika partisipan lebih memilih Abu Art Shop sebagai preferensi ketiga karena persebaran data lebih banyak terjadi di area 2,75 - 3. Terlebih pada atribut navigasi, hampir semua partisipan memberikan nilai 3 pada atribut ini sehingga persebaran datanya tidak terlihat karena seluruh nilai kuartil berkumpul pada area nilai 3. Dan setelah berinteraksi (Gambar 5.3), perubahan preferensi akhir terlihat jelas terjadi pada atribut navigasi dan konten walaupun perubahan nilai yang terjadi tidak terlalu besar. Setelah pemakaian, area persebaran data berubah pada area nilai 2 - 3. Namun dengan perubahan tersebut status Abu Art shop masih tetap pada preferensi terbawah dibandingkan dengan kedua situs pembanding lainnya.

Walaupun berada pada tingkat preferensi yang lebih baik, distribusi nilai preferensi situs kedua dan situs ketiga juga tidak mengalami banyak perubahan. Perubahan persebaran nilai preferensi awal pada situs kedua saat sebelum berinteraksi dan nilai akhir setelah berinteraksi terjadi pada semua atribut. Tetapi untuk perubahan persebaran datanya terlihat jelas pada atribut estetika dan navigasi. Sebelum berinteraksi (Gambar 5.4) kebanyakan partisipan memilih semua atribut situs kedua sebagai preferensi pertama, terlebih untuk atribut navigasi. Setelah berinteraksi (Gambar 5.5) perubahan persebaran nilai terjadi pada semua atribut tetapi perubahan yang paling menonjol terlihat pada atribut estetika dan navigasi.

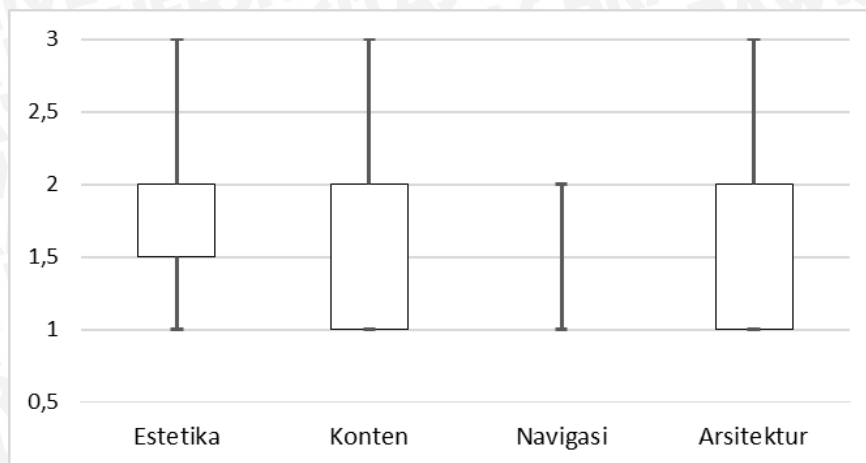


Gambar 5. 4 Box plot Preferensi Awal Situs Kedua Pengujian Awal

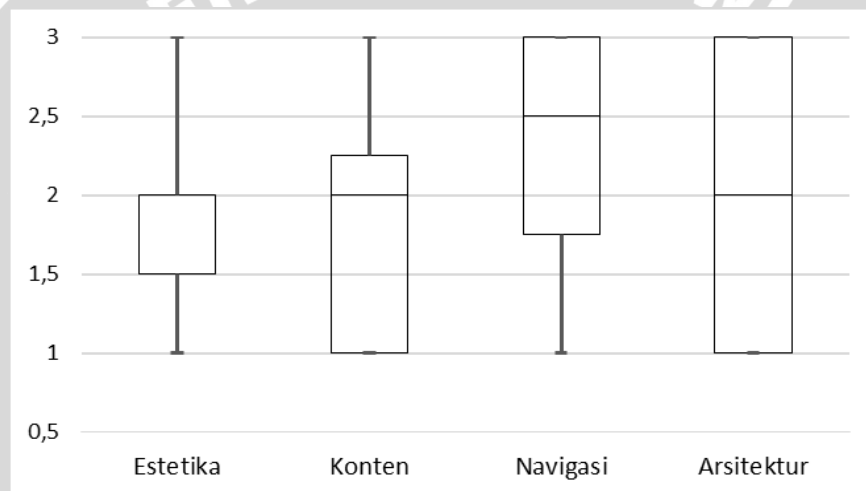


Gambar 5. 5 Box plot Preferensi Akhir Situs Kedua Pengujian Awal

Sedangkan pada situs ketiga, perubahan persebaran data terjadi pada atribut konten, navigasi, dan arsitektur. Persebaran data awal (Gambar 5.6) atribut konten dan arsitektur berada pada area nilai 1 - 2. Dan untuk atribut navigasi persebaran nilai terjadi pada area nilai 2. Setelah berinteraksi (Gambar 5.7) persebaran data atribut konten berada pada area nilai 1 – 2,25, atribut navigasi berada pada area nilai 2 – 3, dan atribut arsitektur merata pada area nilai 1, 2, dan 3.



Gambar 5. 6 Box plot Preferensi Awal Situs Ketiga Pengujian Awal



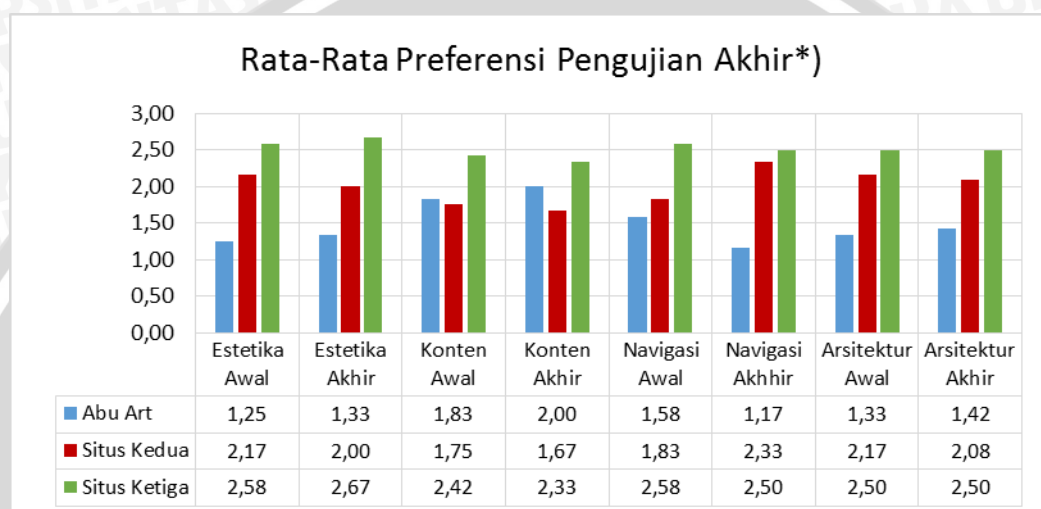
Gambar 5. 7 Box plot Preferensi Akhir Situs Ketiga Pengujian Awal

Jika membandingkan dengan kedua situs lainnya, rendahnya tingkat preferensi situs Abu Art Shop disebabkan tampilan situs yang kurang menari, informasi yang kurang lengkap, dan tata letak yang kurang efektif. Berikut ini hasil pengolahan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Tabel 5. 2 Hasil Wawancara Daftar Kekurangan Situs Abu Art Shop

No.	Jumlah Partisipan	Hasil Wawancara
1.	66,67 % (8 dari 12 orang)	Pemilihan skema warna yang digunakan terlalu membosankan
2.	66,67 % (8 dari 12 orang)	Kurang lengkapnya informasi yang diberikan
3.	66,67 % (8 dari 12 orang)	Tata letak yang kurang efektif dalam pencarian barang

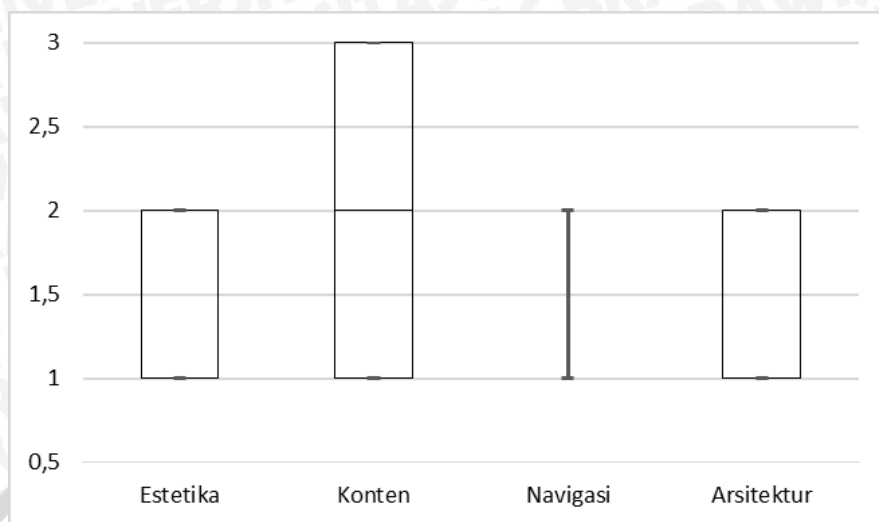
Setelah dilakukan perubahan sesuai dengan daftar kekurangan situs dan kebutuhan pengguna, tingkat preferensi pengguna terhadap situs Abu Art Shop yang telah diperbaiki mengalami peningkatan. Apabila dibandingkan dengan tingkat preferensi sebelum perubahan sebesar 2,42 hingga 2,67, tingkat preferensi setelah perubahan ini dapat dikatakan lebih baik dengan nilai rata-rata preferensi setelah perubahan sebesar 1,17 hingga 2,00.



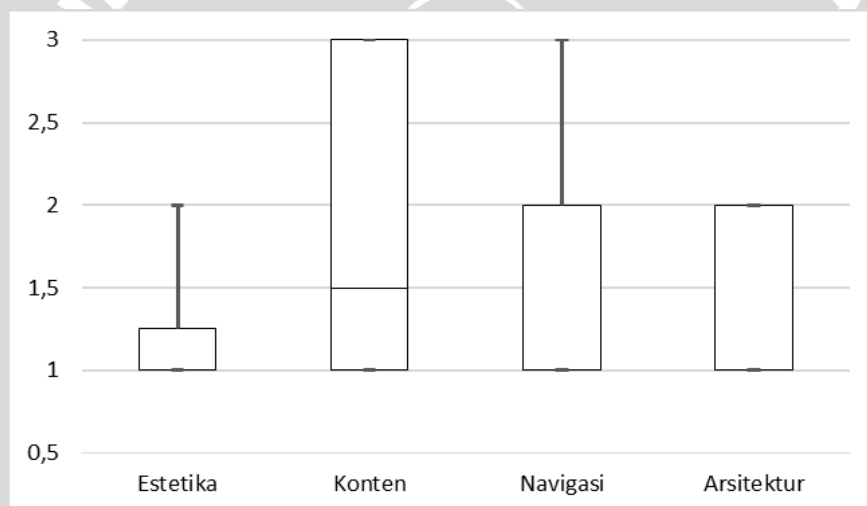
*) Nilai rata-rata merepresentasikan tingkat preferensi situs. Situs dengan nilai rata-rata lebih tinggi menandakan kurang dipilih dan sebaliknya nilai rata-rata yang lebih rendah menandakan lebih banyak dipilih.

Gambar 5. 8 Grafik Rata-rata Preferensi Atribut Antarmuka Pengguna Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)

Pada pengujian akhir, situs Abu Art Shop yang telah diubah mendapatkan nilai rata-rata paling rendah di antara kedua situs lainnya yang menandakan tingkat preferensi Abu Art Shop berada pada posisi pertama. Tidak terjadi banyak perubahan nilai awal saat sebelum dan nilai akhir setelah berinteraksi dengan situs. Sebelum berinteraksi (Gambar 5.9) menunjukkan persebaran nilai preferensi atribut estetika, navigasi, dan arsitektur terdapat pada area nilai 1 – 2. Sedangkan untuk tingkat preferensi atribut konten berada pada area nilai 1 - 3. Dan setelah berinteraksi (Gambar 5.10) perubahan persebaran nilai terjadi pada atribut estetika, konten, dan navigasi. Sedangkan untuk atribut arsitektur tidak terjadi perubahan.

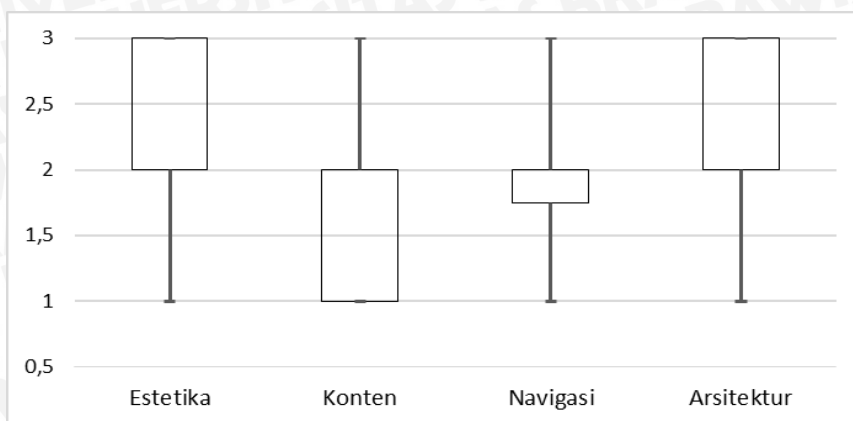


Gambar 5. 9 Box plot Preferensi Awal Situs Abu Art Shop Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)



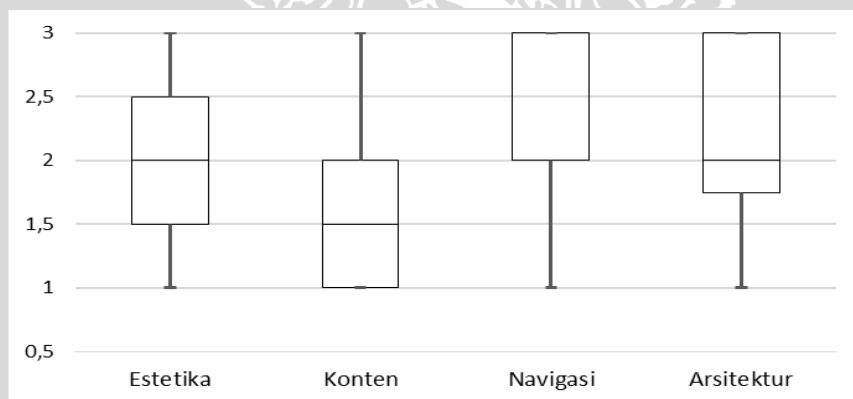
Gambar 5. 10 Box plot Preferensi Akhir Situs Abu Art Shop Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)

Pada pengujian akhir, situs kedua dan ketiga tidak dilakukan perubahan apapun. Namun, dari pengujian akhir ini dapat dilihat pola perubahan nilai preferensi yang diberikan oleh partisipan. Pada penilaian awal sebelum berinteraksi (Gambar 5.11), persebaran nilai keempat atribut situs kedua dapat dikatakan bervariasi. Persebaran data pada masing-masing atribut adalah atribut estetika berada pada area nilai 2 – 3, konten pada aarea nilai 1- 2, atribut navigasi pada area 1,75 – 2, dan atribut arsitektur pada area nilai 2-3.



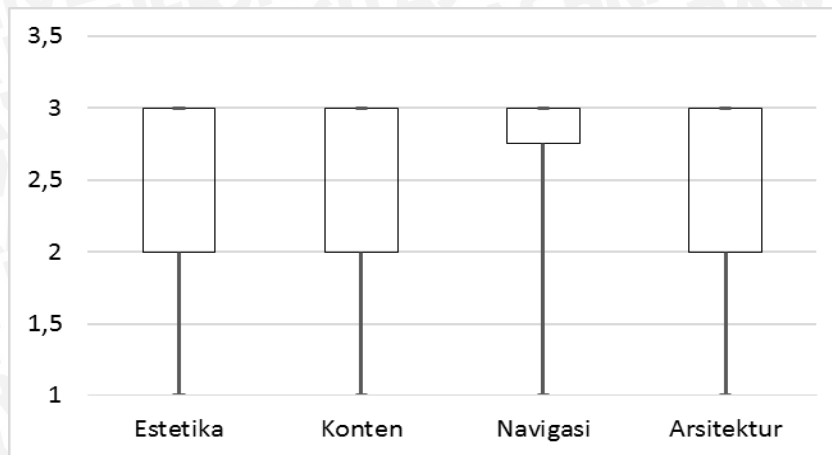
Gambar 5. 11 Box plot Preferensi Awal Situs Kedua Pengujian Akhir

Setelah berinteraksi (Gambar 5.12) perubahan persebaran data terjadi pada semua atribut. Pada atribut konten terjadi peningkatan nilai preferensi menjadi pada area nilai 1,5 – 2,5. Pada atribut konten persebaran nilai masih berada pada area nilai 1 – 2. Atribut navigasi mengalami penurunan menjadi pada area nilai 2-3. Dan atribut arsitektur menjadi pada area 1,75 - 3.

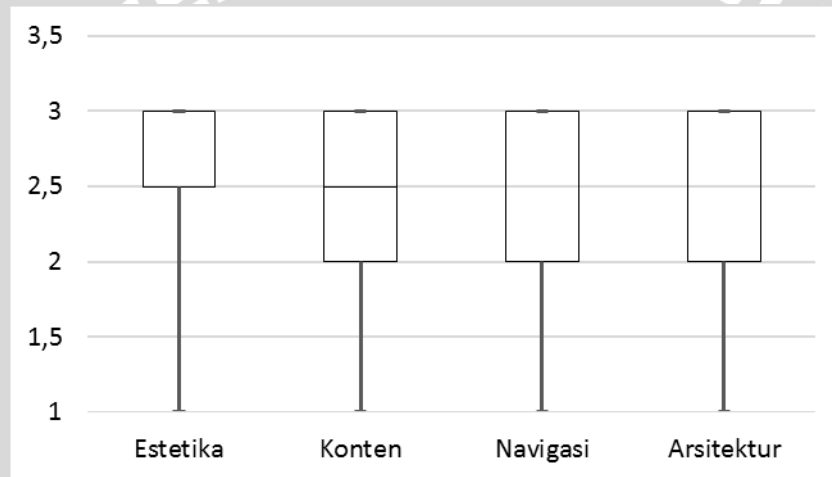


Gambar 5. 12 Box plot Preferensi Akhir Situs Kedua Pengujian Akhir

Sedangkan pada situs ketiga, perubahan persebaran data sebelum berinteraksi dan setelah berinteraksi terjadi pada atribut estetika, konten, dan navigasi. Persebaran nilai awal (Gambar 5.13) persebaran nilai atribut estetika berada pada area nilai 2 – 3 dan untuk atribut navigasi persebaran nilai berada pada nilai 2,75 – 3. Setelah berinteraksi perubahan nilai preferensi akhir (Gambar 5.14) pada atribut estetika mengalami penurunan pada area nilai 2,75 – 3. Dan untuk atribut navigasi mengalami peningkatan pada area nilai 2 – 3. Khusus atribut konten, persebaran nilai yang terjadi tetap pada area nilai 2 – 3 hanya untuk persebara kuartil 2 berada pada nilai 2 – 2,5 dan kuartil 3 pada nilai 2,5 – 3.



Gambar 5. 13 Box plot Preferensi Awal Situs Ketiga Pengujian Akhir



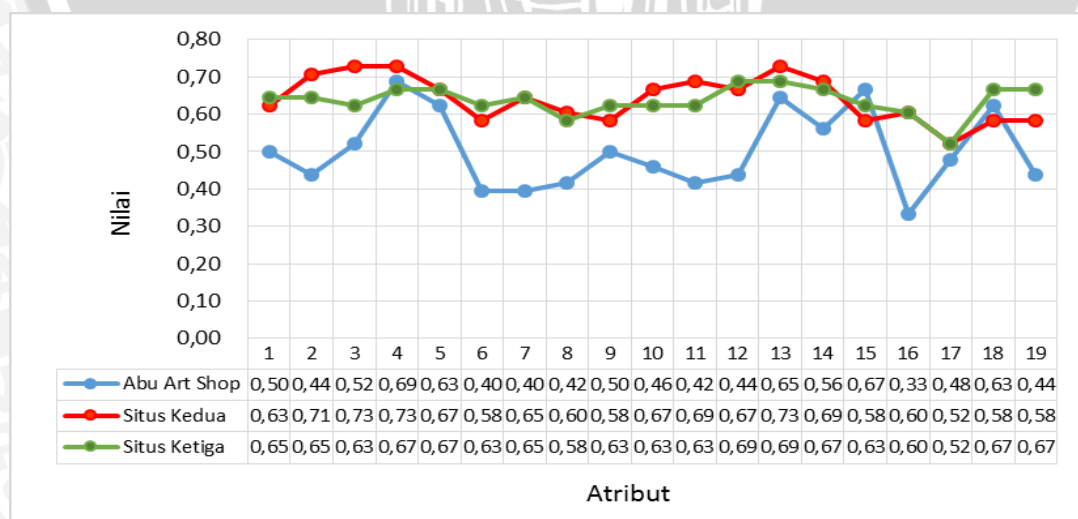
Gambar 5. 14 Box plot Preferensi Akhir Situs Ketiga Pengujian Akhir

Melihat hasil perbandingan rata-rata dan persebaran data pada pengujian akhir ini, diketahui bahwa atribut konten situs Abu Art Shop yang telah dilakukan perubahan hanya berhasil menduduki posisi preferensi kedua. Penyebab dari keadaan ini, diduga karena perubahan yang dilakukan pada sisi konten hanya menambahkan informasi pendukung seperti cara beli, cara kirim barang, dan profil toko. Sedangkan untuk konten utama yaitu konten detail barang, tidak dilakukan perubahan apa pun. Hal ini disebabkan keterbatasan pengetahuan penulis terhadap barang antik sehingga detail barang yang tertera sama seperti sebelum perubahan, yaitu ukuran barang dan deskripsi singkat barang tanpa ada informasi harga. Apabila dibandingkan dengan konten dari situs preferensi pertama yang diduduki oleh situs kedua, informasi yang diberikan jauh lebih lengkap.

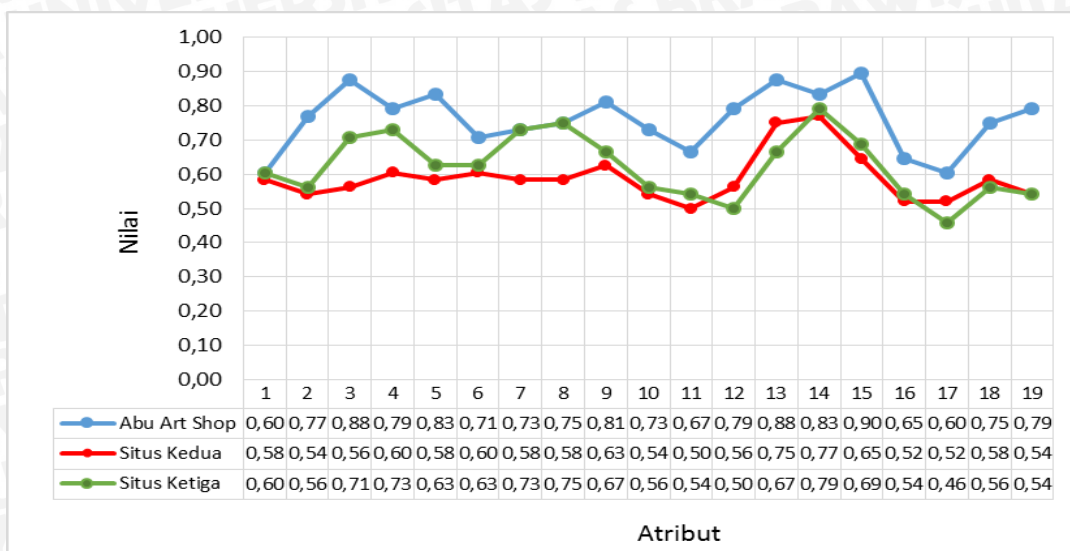
Dan bila memperhatikan persebaran data nilai preferensi dari ketiga situs diketahui bahwa atribut konten dan navigasi mengalami banyak perubahan. Walaupun atribut estetika dan arsitektur juga mengalami perubahan namun perubahan yang terjadi yang pada salah satu situs saja. Penyebab perubahan nilai preferensi pada atribut estetika dan arsitektur yang kecil, besar kemungkinan disebabkan persepsi awal sebelum berinteraksi tidak mengalami perubahan yang terlalu banyak setelah berinteraksi. Berbeda dengan penilaian atribut konten dan navigasi. Saat berinteraksi dengan sebuah halaman situs online pengguna cenderung untuk berperilaku terburu-buru dalam menemukan sebuah informasi. Sehingga rata-rata pengguna internet hanya melihat tampilannya secara sekilas, menerapkan metode *scanning* saat membaca informasi, dan hanya akan membuka tautan yang dianggapnya menarik (Krug, 2013).

5.2. Hubungan Antarmuka Pengguna Situs Dengan Usability Pada Aspek Umum

Hasil pengolahan data sebelum perubahan diperoleh nilai *usability* situs Abu Art Shop berada jauh di bawah kedua situs lainnya. Nilai tertinggi dari *usability* per atribut yang diperoleh situs Abu Art Shop sebesar 0,69, sedangkan beberapa atribut situs lain mencapai nilai yang lebih tinggi dari nilai tersebut. Bahkan beberapa nilai *usability* atribut dari situs kedua berhasil mencapai nilai yang lebih tinggi dari nilai tersebut, yaitu sebesar 0,71 dan 0,73.

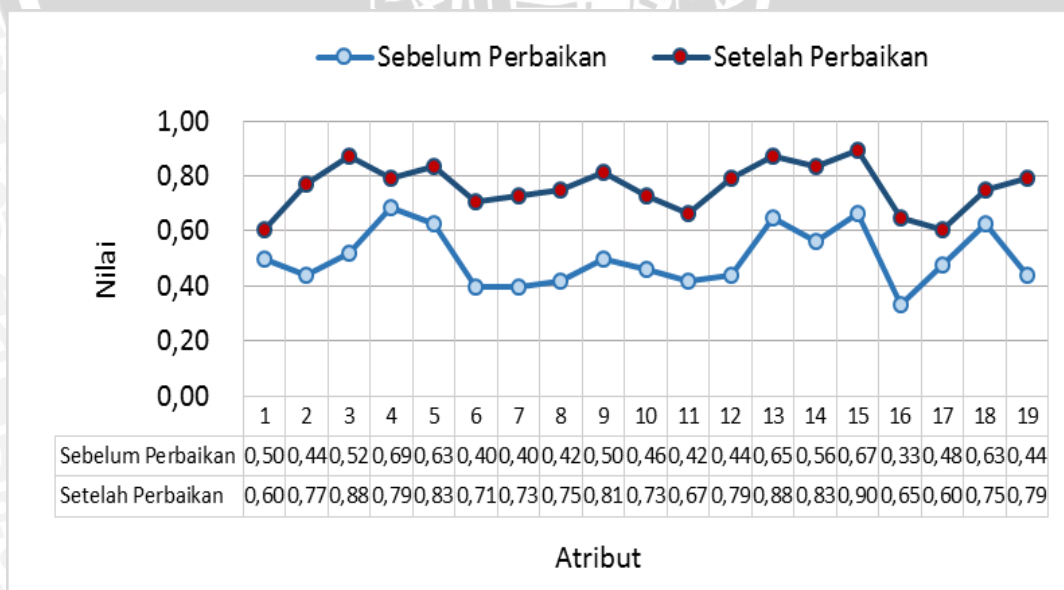


Gambar 5. 15 Grafik Nilai Usability Per Atribut Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)



Gambar 5. 16 Grafik Nilai Usability Per Atribut Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)

Setelah dilakukan perubahan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, nilai usability situs Abu Art Shop mengalami peningkatan. Jika dibandingkan dengan nilai usability dari kedua situs lainnya, terdapat 9 atribut yang memiliki jarak nilai cukup jauh. Kesembilan atribut tersebut adalah atribut 2, 3, 5, 9, 10, 12, 15, 18, dan 19. Akan tetapi bila membandingkan nilai usability atribut situs Abu Art Shop sebelum perubahan dan setelah perubahan, peningkatan yang terjadi tidak terlalu signifikan, hanya sebesar 0,1 hingga 0,3.



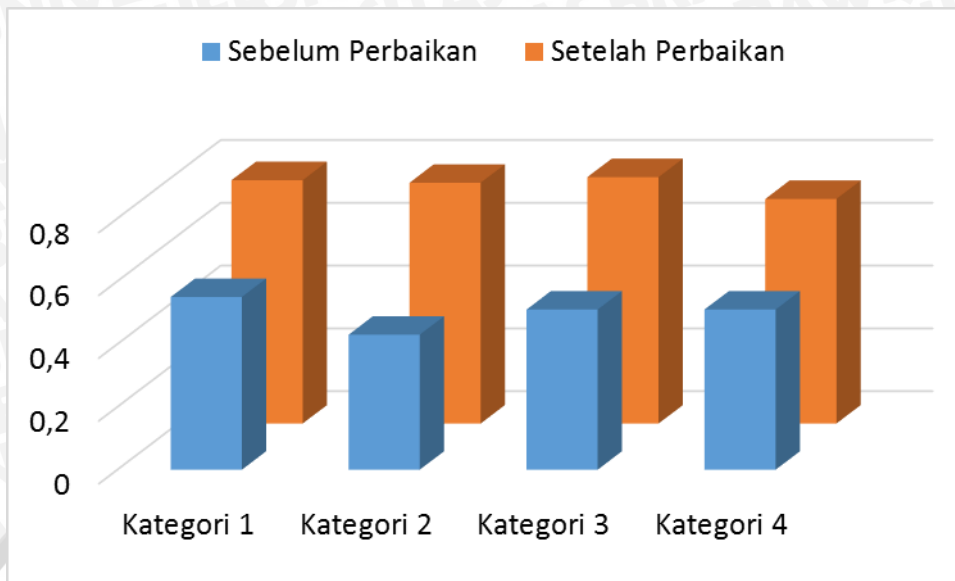
Gambar 5. 17 Grafik Perbandingan Nilai Usability Per Atribut Situs Abu Art Shop

Peningkatan nilai sebesar 0,1 terjadi pada atribut 1, 4, 17, dan 18. Penyebab peningkatan dari keempat atribut tersebut yaitu partisipan tidak merasa ada sesuatu yang berbeda dengan situs lainnya dalam hal menemukan sebuah informasi, penggunaan bahasa, membedakan tautan yang sudah dikunjungi atau belum, serta respon yang diberikan situs. Maksud dari respon yang diberikan situs adalah ketika membuka tautan suatu kategori tertentu maka yang ditampilkan adalah kategori barang yang benar.

Peningkatan sebesar 0,2 terjadi pada atribut 5, 10, 11, dan 13. Peningkatan sebesar 0,2 ini dirasakan untuk penggunaan situs yang tidak memerlukan *scrolling* ke kiri dan ke kanan, penempatan menu yang disusun sesuai dengan standar yaitu pada bagian atas dan bawah header serta pada bagian footer, desain situs yang atraktif dan tidak membutuhkan *scrolling* yang panjang dalam menggunakannya serta tidak terdapat teks-teks yang mengganggu. Jika dibandingkan dengan desain sebelumnya penempatan menu merupakan perubahan paling mencolok yang dilakukan.

Dan peningkatan sebesar 0,3 terjadi pada atribut 2, 3, 6, 7, 8, 9, 12, 14, 15, 16, dan 19. Peningkatan sebesar 0,3 terasa dari perubahan organisasi konten yang rapi dan mudah dibaca. Jika pada awal sebelum perubahan untuk cara pembelian dan kontak yang dapat dihubungi hanya sekedar ditulis dan diletakkan pada sidebar kanan. Dalam perubahan antarmuka pengguna telah dibuatkan menu tersendiri untuk memudahkan pengguna. Penambahan *breadcrumb* dan pengkategorian barang dalam bentuk menu-menu juga dilakukan untuk memudahkan selama menggunakan situs mengingat terdapat banyak kategori barang yang ditampilkan secara urut mendaftarkan sesuai alfabet. Dari segi pemilihan warna yang sebelumnya berwarna coklat buram diubah dengan warna putih yang dirasakan lebih netral dan nyaman di mata. Serta penataan konten dan menu-menu yang rapi membuat pengguna lebih efisien menggunakan situs.

Begitu pula dengan nilai *usability* per kategori, jika sebelumnya Abu Art Shop berada pada level Moderate ($0,4 < x \leq 0,6$) setelah adanya perubahan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, naik menjadi level Good ($0,6 < x \leq 0,8$).



Gambar 5. 18 Grafik Perbandingan Nilai *Usability* Per Kategori Situs Abu Art Shop

Pada kategori *Content, Organization, and Readability* peningkatan nilai yang terjadi sebesar 0,23 dari nilai semula sebesar 0,55 kemudian mengalami peningkatan mejadi 0,78. Dengan peningkatan tersebut artinya organisasi konten yang diterapkan pada desain baru sudah cukup jelas. Tetapi peningkatan ini masih belum signifikan dan perlu diperbaiki lagi agar mencapai level yang lebih baik atau Level *Excellent*.

Tabel 5. 3 Saran Perubahan Kategori *Content, Organization, and Readability*

No.	Saran Perubahan
1.	Melengkapi detail informasi barang seperti deskripsi singkat barang, kondisi barang, dan harga.
2.	Penambahan menu testimoni dari para pembeli juga perlu ditambahkan untuk menambahkan rasa percaya para calon pembeli.
3.	Menyediakan informasi dalam bentuk bahasa inggris untuk memudahkan komunikasi dengan pengguna yang berasal dari luar negeri.

Saran perubahan poin kedua perlu dipertimbangkan kembali bagi pemilik situs. Sebab saat ini penipuan belanja online semakin marak terjadi. Dan dengan adanya menu testimoni yang memuat komentar atau ucapan terima kasih dari para pembeli mungkin dapat memperkuat rasa percaya calon pembeli lainnya.

Begitu pula dengan saran perubahan poin ketiga, dengan berkembangnya internet dimana tidak ada batasan waktu dan batasan wilayah, maka tidak mungkin jika akses situs dapat berasal dari luar negeri. Agar memudahkan komunikasi ada baiknya memberikan informasi dalam dua bentuk bahasa dan salah satunya menggunakan bahasa internasional yaitu bahasa Inggris. Pada penelitian berikutnya, mungkin dari kedua saran ini dapat dicoba untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pengguna dan situs.

Kategori *Navigation and Links* merupakan nilai *usability* terendah pada pengujian awal dengan nilai *usability* sebesar 0,43. Setelah adanya perubahan, nilai *usability* akhir yang berhasil dicapai sebesar 0,77 sehingga peningkatan yang terjadi pada kategori ini sebesar 0,34. Peningkatan ini didukung dengan mengelompokkan menu berdasarkan kategori tertentu serta penambahan *breadcrumb* pada setiap halaman untuk memudahkan pengguna mengetahui posisinya ketika menjelajah situs. Sama seperti kategori sebelumnya, ini perlu diperbaiki kembali guna meningkatkan level situs menjadi level *Excellent*.

Tabel 5. 4 Saran Perubahan Kategori *Navigation and Links*

No.	Saran Perubahan
1.	Mengubah pelabelan setiap barang agar sesuai dengan kategori yang terkait.

Pada penelitian ini, pengkategorian barang telah dilakukan tetapi hal ini masih belum cukup dan masih menimbulkan beberapa kesulitan. Selama proses pengujian, partisipan mengaku jika beberapa barang dapat dikategorikan pada beberapa label sekaligus. Pelabelan barang yang lebih spesifik memang perlu dilakukan untuk memudahkan proses pencarian barang mengingat pembeli dari barang antik tidak selalu kelompok pembeli yang mengerti barang antik.

Peningkatan yang terjadi pada kategori *User Interface Design* ini sebesar 0,27 dengan nilai awal *usability* sebesar 0,51 dan nilai *usability* akhir sebesar 0,78. Peningkatan ini terjadi karena perubahan warna latar situs yang menarik dan tata letak situs yang mudah dipahami. Namun, peningkatan ini perlu ditingkatkan kembali untuk mencapai level *Excellent*.

Tabel 5. 5 Saran Perubahan Kategori *User Interface Design*

No.	Saran Perubahan
1.	Membuat halaman situs menjadi lebih atraktif dengan menambahkan <i>slideshow</i> (konten bergerak) untuk barang-barang terbaru atau barang-barang terpopuler.

Salah satu usaha untuk membuat tampilan situs lebih hidup dan menarik mungkin dapat dengan memberikan konten bergerak. Akan tetapi usulan ini perlu ditelaah kembali. Selain itu, kecepatan koneksi internet yang ada di Indonesia ini belum terlalu merata sehingga dengan memberikan konten bergerak dikhawatirkan dapat mempengaruhi waktu yang diperlukan untuk membuka situs secara keseluruhan. Pengguna menuntut agar halaman situs dapat dibuka dengan segera. Pengguna mulai kehilangan kesabaran ketika dalam 8 detik halaman situs yang diinginkan belum juga terbuka dan kemungkinan pengguna untuk menghentikan pencarian ketika waktu tunggu tersebut melebihi dari 10 detik (Palmer, 2002).

Terakhir kategori *Performance and Effectiveness* mengalami peningkatan sebesar 0,21 dengan nilai *usability* awal sebesar 0,51 dan nilai akhir sebesar 0,72. Peningkatan performa dan efektifitas situs dipengaruhi perubahan pada tata letak dan model menu yang diterapkan pada situs. Namun, kategori ini dapat ditingkatkan kembali agar mencapai level *Excellent*.

Tabel 5. 6 Saran Perubahan Kategori *Performance and Effectiveness*

No.	Saran Perubahan
1.	Menjadikan satu menu barang yang belum terjual dan sudah terjual
2.	Menambahkan pencarian berdasarkan kategori tertentu seperti tahun barang, harga, bahan, maupun barang terpopuler seperti pada fasilitas <i>search</i> situs jual beli online resmi

Dengan model tampilan situs hasil perubahan ini, pengguna harus lebih detail membaca setiap label barang yang sudah terjual maupun belum. keadaan ini menurut partisipan kurang efektif dalam pencarian oleh karena itu untuk setiap kategori barang yang sama baik sudah terjual atau belum lebih baik dijadikan satu. Sedangkan untuk fasilitas *search* yang dapat melakukan pencarian

berdasarkan kategori tertentu perlu didukung dengan konten informasi yang lengkap pula agar dapat terbaca dengan baik oleh sistem database.

Hasil akhir yang dapat disimpulkan dari pembahasan ini adalah perubahan yang telah dilakukan pada situs Abu Art Shop dapat meningkatkan nilai *usability* situs Abu Art Shop pada aspek umum. Walaupun peningkatan nilai *usability* yang terjadi tidak terlalu signifikan tetapi sudah dapat menjadikan situs Abu Art Shop lebih efisien dan mudah digunakan.

5.3. Hubungan Antarmuka Pengguna Situs dengan *Usability* Pada Aspek Khusus

Berbeda dengan hasil tingkat preferensi dan nilai *usability* aspek umum (dengan kuesioner), hasil rata-rata waktu penyelesaian tugas untuk antarmuka yang telah diubah justru menjadi lebih lama dan jumlah kegagalan yang terjadi meningkat. Pada tes tugas sebelum perubahan, kegagalan tugas terjadi pada semua tugas dengan jumlah kegagalan kurang dari 50% (6 dari 12 orang) di setiap tugasnya. Hasil tes tugas menggunakan situs setelah perubahan, kegagalan terjadi pada tugas 2, 4, 5, dan 6. Namun pada Tugas 4 jumlah kegagalan sebesar 58,33% (7 dari 12 orang). Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan hasil tes tugas menggunakan situs sebelum perubahan yaitu sebesar 33,33% (4 dari 12 orang).

Tabel 5. 7 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Abu Art Shop Pengujian Awal (Sebelum Perubahan)

	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
Hasil Tugas	5 gagal	1 gagal	1 gagal	4 gagal	1 gagal	-
Rata-rata (detik)	42,28	21,72	43,90	96,75	109,90	40,08
Standar Deviasi (detik)	15,542	21,345	36,137	38,599	57,125	37,359

Tabel 5. 8 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Abu Art Shop Pengujian Akhir (Setelah Perubahan)

	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
Hasil Tugas	-	1 gagal	-	7 gagal	4 gagal	1 gagal
Rata-rata (detik)	-	51,58	62,83	125,40	117,38	48,82
Standar Deviasi (detik)	-	30,792	30,256	69,382	70,098	32,848

Tabel 5. 9 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Kedua Pengujian Awal

	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
Hasil Tugas	3 gagal	-	-	6 gagal	5 gagal	-
Rata-rata (detik)	60	38,25	33,75	143,5	91	19,33
Standar Deviasi (detik)	26,883	28,355	24,264	23,054	56,267	22,190

Tabel 5. 10 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Kedua Pengujian Akhir

	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
Hasil Tugas	7 gagal	-	-	7 gagal	2 gagal	-
Rata-rata (detik)	69	39,5	51,41	204,83	148,5	30,25
Standar Deviasi (detik)	30,093	24,582	33,579	58,403	108,609	27,479

Tabel 5. 11 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Ketiga Pengujian Awal

	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
Hasil Tugas	6 gagal	-	2 gagal	1 gagal	5 gagal	-
Rata-rata (detik)	74,42	32,16	42,7	58,02	100,14	27,5
Standar Deviasi (detik)	50,408	28,258	36,527	71,526	71,615	29,672

Tabel 5. 12 Rata-Rata Waktu – Standar Deviasi Situs Ketiga Pengujian Akhir

	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
Hasil Tugas	-	-	-	9 gagal	8 gagal	-
Rata-rata (detik)	-	51,81818	62,83333	125,4	117,375	48,81818
Standar Deviasi (detik)	-	30,792	30,256	69,382	70,098	32,848

Dan untuk perbandingan rata-rata kecepatan waktu penyelesaian tugas, rata-rata waktu saat menggunakan situs yang diubah justru mengalami penurunan waktu atau dalam artian lain menjadi lebih lama dibandingkan saat menggunakan situs sebelum perubahan. Sedangkan untuk nilai Standar Deviasi (SD) saat sebelum dan setelah perubahan, dari keduanya sama-sama menghasilkan rentang nilai yang cukup besar terhadap nilai rata-rata. Besarnya nilai SD ini menandakan besarnya simpangan data yang terjadi.

Besarnya simpangan data ini juga terjadi pada kedua situs lainnya yang tidak dilakukan perubahan (Tabel 5.9 – Tabel 5.12). Sehingga dari sini dapat disimpulkan jika perubahan situs tidak memengaruhi kecepatan pengguna menyelesaikan waktu. Dari hasil observasi selama tes dengan ketiga situs berlangsung dan konfirmasi hasil wawancara di akhir pengujian, penulis menyimpulkan terdapat dua faktor penyebab meningkatnya jumlah kegagalan tugas dan menurunnya kecepatan waktu.

Kedua faktor tersebut adalah faktor teknis dan faktor psikologis partisipan. Faktor teknis merupakan faktor yang berasal dari luar diri partisipan. faktor teknis yang dari penelitian ini adalah gangguan koneksi internet dan kesalahan prosedur pengujian tugas. Dan faktor psikologi sendiri adalah faktor yang sudah dibawa oleh partisipan sebelum pengujian berlangsung. Faktor-faktor psikologis dari penelitian ini antara lain ketidaktertarikan dengan blog, ketidakminatan terhadap barang antik, dan faktor emosi. Penjelasan dari faktor-faktor tersebut yaitu:

1. Gangguan koneksi internet

Kecepatan internet yang digunakan pada pengujian tugas ini tidak dikontrol secara ketat sehingga saat pengujian berlangsung, setiap partisipan memungkinkan untuk mendapatkan kecepatan internet yang berbeda sesuai dengan trafik jaringan yang ada. Dengan ketidaksamaan kecepatan koneksi internet yang digunakan ini, maka waktu yang diperlukan oleh setiap partisipan menjadi berbeda walaupun langkah yang digunakan sama. Selain itu, lambatnya jaringan internet tak jarang membuat partisipan merasa frustrasi dan akhirnya memilih untuk mengakhiri pengujian.

Pada penelitian ini terdapat dua proses tes tugas yang terpaksa harus dihentikan karena lambatnya koneksi internet. Keduanya masing-masing terjadi pada pengujian awal situs dan akhir. Pada mulanya, pengujian berjalan dengan lancar dan tidak ada hambatan apapun. Namun, pengujian tersebut terpaksa harus dihentikan karena koneksi internet yang tiba-tiba saja menjadi sangat lambat. Lamanya waktu yang diperlukan untuk membuka satu halaman situs melebihi batas waktu yang ditolelir oleh partisipan. Gangguna internet yang berlangsung cukup lama dan tidak diketahui sampai kapan akan berlangsung, penguji terpaksa menghentikan pengujian untuk menghindari terjadinya frustrasi. Rasa frustrasi ini

dikhawatirkan akan merusak suasana hati partisipan yang juga akan berpengaruh terhadap hasil akhir pengujian.

2. Kesalahan teknis pengujian

Kesalahan prosedur pengujian bisa menjadi penyebab besarnya penyimpangan data. Pengukuran waktu dan pencatatan langkah yang dikerjakan oleh partisipan dilakukan secara manual.

Dari cara manual ini mungkin saja terjadi ketidakakuratan antara waktu partisipan menyelesaikan tugas dan waktu penguji melihat *stopwatch*. Untuk mengantisipasi permasalahan ini, pada penelitian berikutnya dapat menggunakan bantuan aplikasi tertentu untuk mencatat setiap langkah partisipan dan waktu penyelesaian tugas agar data yang diperoleh lebih akurat.

Selain itu, kesalahan pencatatan waktu, kesalahan penguji dalam memberikan instruksi dapat juga menjadi penyebab penyimpangan data. Selama tes berlangsung beberapa partisipan salah menjalankan instruksi yang diberikan dikarenakan pengucapan perintah yang diberikan penguji kurang terdengar jelas atau pendeskripsian ciri-ciri barang yang kurang mendetail. Setelah tes berakhir beberapa partisipan mengeluhkan ciri-ciri barang dengan jawaban akhir kurang sesuai. Kesalahan ini disebabkan pendeskripsian barang dilakukan berdasarkan ciri-ciri yang dianggap penting oleh penulis sehingga saat partisipan menemukan barang yang dimaksud memungkinkan terjadi perbedaan persepsi.

3. Ketidaktertarikan terhadap blog.

Berdasarkan hasil kuesioner data diri yang telah diolah, diperoleh bahwa tidak ada satu pun dari partisipan yang pernah berbelanja online menggunakan blog dengan alasan kurang aman. Selain itu, hanya sedikit dari partisipan yang mengakses blog untuk sekedar melihat-lihat situs belanja online atau untuk sekedar *browsing* informasi. Dengan latar belakang tersebut dari hasil tes tugas untuk partisipan yang tidak terbiasa dengan blog seringkali mengalami kesulitan dibandingkan dengan partisipan yang terbiasa menggunakan blog. Kesulitan yang kerap kali dialami kelompok partisipan ini adalah tidak terbiasa dengan *scrolling* yang terlalu panjang, kesulitan menemukan kata kunci yang tepat, dan kurang teliti membaca setiap teks tautan.

Selama tes, partisipan yang sudah terbiasa menggunakan blog lebih sabar melakukan *scrolling* dan lebih mudah menemukan kata kunci yang tepat. Hal ini disebabkan partisipan yang terbiasa menggunakan blog lebih terbiasa dengan model pengkategorian barang dan *posting* yang panjang ataupun dengan fasilitas *search* yang sangat sederhana.

Dan untuk pembacaan teks tautan, partisipan yang terbiasa menggunakan blog dengan mudah menemukan tautan Posting Lebih lama dan tidak ragu membuka tautan tersebut. Sedangkan partisipan yang tidak terbiasa dengan blog membutuhkan waktu yang lumayan lama untuk kemudian membuka tautan tersebut. Dari hasil wawancara, diketahui alasan partisipan tersebut terlihat ragu untuk membuka tautan Posting Lebih Lama dikarenakan mereka takut akan tersesat karena menurut mereka tautan Posting Lebih Lama bisa saja *posting* paling awal dari blog. Alasan lain dari masalah ini adalah partisipan tidak mau semakin lama terjebak sebab dengan model blog yang menampilkan banyak *posting* di setiap halamannya memaksa partisipan untuk terus membuka dan membuka tautan Posting Lebih Lama dan dengan kemungkinan barang yang dicari malah tidak ditemukan.

4. Ketidakminatan terhadap barang antik

Ketidakminatan partisipan terhadap barang antik juga menjadi salah satu penyebab kegagalan. Target pengguna pada penelitian ini adalah pembeli barang antik dengan dasar pengetahuan barang antik yang kurang. Dan untuk merepresentasikan target pengguna tersebut, kelompok partisipan dipilih dengan alasan sudah berpengalaman dengan internet dan berbelanja online. Dari data diri dan latar belakang pengalaman belanja online partisipan, diketahui barang-barang seperti produk fesyen, gadget, dan tiket yang paling sering dibeli. Selain itu terlalu minimnya pengetahuan partisipan terhadap barang antik kerap kali membuat partisipan bingung dan ragu untuk memulai pencarian dengan banyaknya kategori barang yang kurang familiar. Dengan latar belakang ini, penulis menduga partisipan menjadi kurang termotivasi dalam menyelesaikan tugas sehingga pada akhirnya partisipan memilih menyerah.

5. Faktor Emosi

Donald Nourman yang dikutip oleh Dix (2004) mengatakan efek negatif dapat membuat sesuatu menjadi lebih susah bahkan pada tugas termudah sekalipun dan efek positif dapat membuat tugas yang sulit menjadi lebih mudah. Sebelum pengujian dimulai, penguji memperhatikan beberapa dari partisipan terlihat cemas, gelisah, bosan, atau tenang.

Pada partisipan yang datang dengan perasaan cemas, gelisah, atau bosan, saat menemukan kegagalan mereka lebih mudah terpancing emosi dan menjadi frustrasi sehingga berakhir dengan lamanya penyelesaian tugas yang disebabkan harus mencoba berkali-kali hingga menemukan jawaban. Dengan usaha yang berkali-kali tersebut, kemungkinan jawaban yang diperoleh juga belum tentu benar dan pada akhirnya partisipan memilih untuk menyerah di tengah tugas.

Berbeda pada partisipan yang tenang, saat menemukan kegagalan pada usaha penyelesaian tugas, mereka lebih bisa mengontrol emosi dan lebih mudah mengidentifikasi penyebab kegagalan serta menemukan jalur menuju jawaban yang benar. Namun tidak semua partisipan yang tenang dapat berlaku demikian. Beberapa di antaranya juga mengalami frustrasi dan mengeluh selama tugas berlangsung saat usahanya belum juga berhasil. Hal ini menunjukkan jika setiap individu memiliki cara dan reaksi yang berbeda walaupun tugas dan situs yang digunakan sama.

5.4. Rekomendasi Pengembangan Antarmuka Pengguna Situs

Berdasarkan pembahasan poin-poin sebelumnya, berikut ini rekomendasi yang dapat dilakukan untuk membangun antarmuka situs khususnya situs jual beli online:

1. Pilihlah skema warna yang tidak terlalu buram atau terlalu mencolok. Pilih warna-warna netral seperti putih sebagai latar. Selain karena beberapa pengguna memiliki preferensi tersendiri terhadap warna tertentu, warna putih dapat memperjelas pengguna dalam membaca setiap informasi dan detail foto barang yang ditampilkan.
2. Tentukan besar ukuran dan panjang konten yang akan dimuat sesuai dengan kecepatan internet yang ada. Hal ini disebabkan pengguna

memiliki batas waktu maksimal untuk menunggu keseluruhan konten terbuka. Selain itu, pengguna juga tidak terlalu suka melakukan *scrolling* yang terlalu panjang sehingga usahakan untuk menampilkan setiap informasi langsung pada poin-poin utama.

3. Cara pembelian, cara pembayaran, cara pengiriman, kontak pemilik, harga, ukuran, dan jaminan barang adalah poin-poin utama yang dicari oleh pengguna saat mengakses situs jual beli online. Sehingga konten-konten tersebut dapat dibutkan menu tersendiri agar mudah ditemukan, dibaca, dan dipelajari.
4. Buat tata letak (*layout*) yang rapi dan mudah untuk dipelajari. Jangan membuat membuat situs terlihat ramai dan penuh. Selain menambah waktu akses, hal ini disebabkan saat membuka situs pengguna cenderung terburu-buru dan hanya akan membuka/membaca informasi yang dianggapnya menarik.
5. Buat navigasi yang konsisten. Tombol, simbol, maupun teks tautan merupakan bagian dari navigasi sehingga penggunaan setiap bagian tersebut harus dikelompokkan secara konsisten agar memudahkan pengguna dalam menemukan informasi.
6. Jangan menggunakan istilah atau simbol ambigu untuk navigasi. Gunakan istilah atau simbol yang umum digunakan agar tidak menyesatkan pengguna.
7. Tautankan setiap barang pada kategori yang sesuai. Jika situs ingin menggunakan teknologi pencarian (*search engine*) berdasarkan kategori maka penting untuk menautkan setiap barang pada kategori yang tepat sebab setiap pengguna memiliki cara pantang yang berbeda terhadap setiap barang.
8. Bedakan antara kategori barang yang telah laku dengan barang yang belum laku secara jelas agar tidak membingungkan pengguna.
9. Selalu perbarui konten secara teratur, berikan alternatif cara pembayaran melalui pihak ketiga, dan tambahkan testimoni pembeli untuk menyakinkan pengguna jika barang yang dijual asli dan bukan penipuan.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

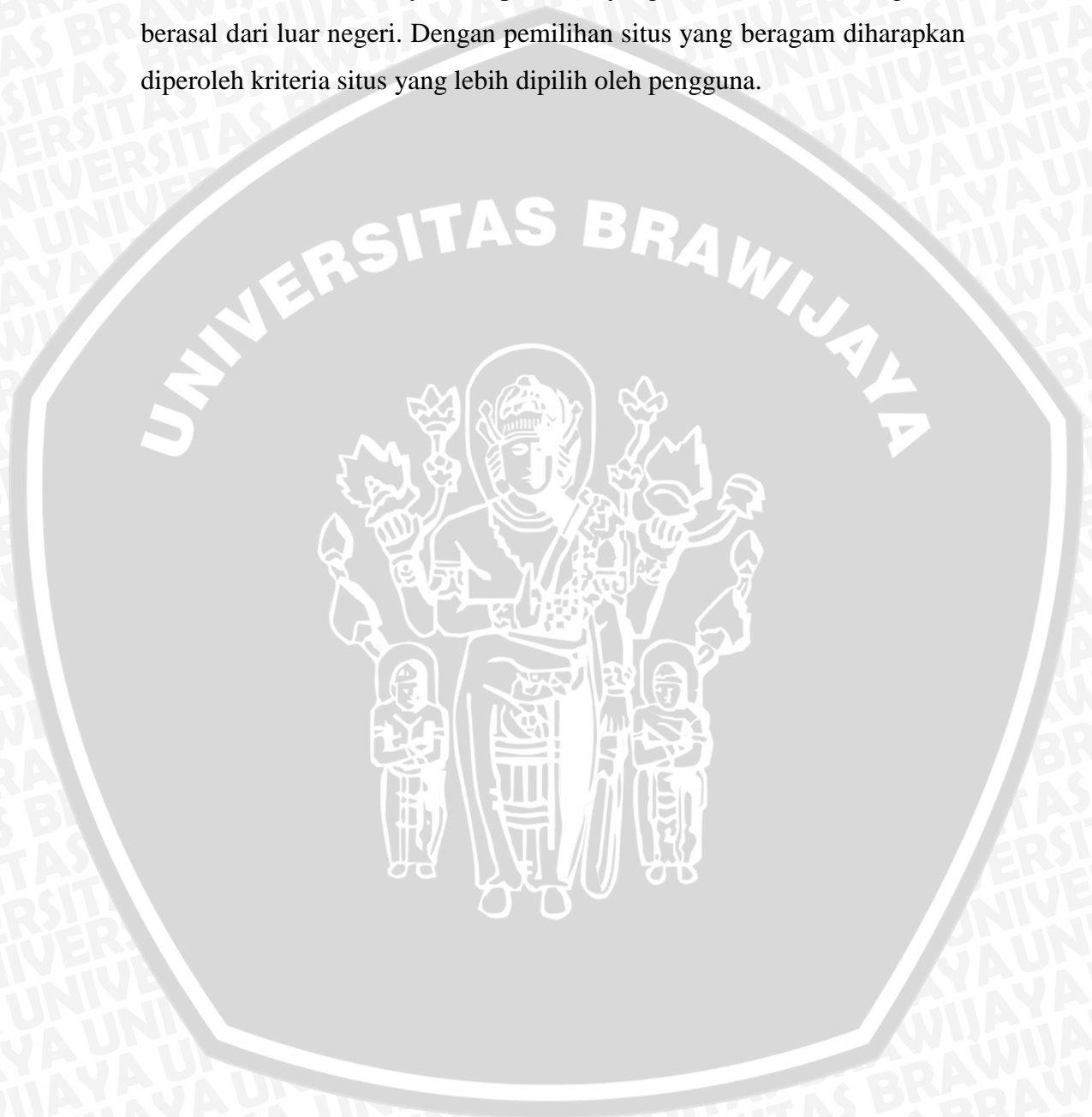
1. Terjadi peningkatan nilai preferensi dan *usability* setelah dilakukan perubahan pada antarmuka pengguna situs abu Art Shop.
2. Akan tetapi pada *usability* aspek khusus (tes tugas) tidak terjadi peningkatan keberhasilan dan kecepatan waktu karena faktor partisipan yang berbeda dan faktor teknis seperti gangguan koneksi internet.
3. Rekomendasi dari penelitian ini adalah kurangi *scrolling* yang terlalu panjang, gunakan istilah menu yang mudah dipahami oleh pengguna, dan atur tata letak (*layout*) antarmuka pengguna dengan rapi untuk memudahkan pengguna.

6.2. Saran

Berikut ini saran perbaikan yang dapat dilakukan pada penelitian berikutnya, antara lain:

1. Target pengguna sebaiknya berasal dari kedua kelompok konsumen yang mengerti barang antik dan kurang mengerti barang antik sehingga diperoleh kriteria situs yang dapat memenuhi kebutuhan untuk semua jenis pengguna.
2. Untuk jumlah partisipan sebaiknya ditambah agar sesuai dengan teori penelitian eksperimental sehingga hasil yang diperoleh lebih valid. Jika target pengguna untuk mewakili satu kelompok pengguna, maka jumlah partisipan yang dikumpulkan minimal sebanyak 30 orang. Sebaliknya jika target pengguna mewakili lebih dari dua kelompok pengguna dapat menggunakan minimal 10-20 orang untuk setiap kelompok.

3. Menambah poin penelitian terhadap selain sisi antarmuka pengguna seperti tingkat kepuasan dan kepercayaan pengguna berdasarkan kecepatan waktu akses situs dan isi informasi yang diberikan.
4. Pemilihan situs sebaiknya dari platform yang berbeda (selain blog) dan berasal dari luar negeri. Dengan pemilihan situs yang beragam diharapkan diperoleh kriteria situs yang lebih dipilih oleh pengguna.



DAFTAR PUSTAKA

- Battleson, B., Booth, A. and Weintrop, J. (2001). Usability testing of an academic library Web Site: a case study. *The Journal of Academic Librarianship*, 37(3), pp. 118-198.
- Brinck, T., Gergle, D., and Wood, S. (2002). *Designing Web sites that work*. San Francisco: Morhan Kaufman Publishers.
- Chiew, T., and Salim, S. (2003). WEBUSE: WEBSITE USABILITY EVALUATION TOOL. *Malaysian Journal of Computer Science*. 16(1), pp. 47-57.
- De Wulf, K., Schillewaert, N., Muylle, S. And Rangarajan, D. (2006). The role of pleasure in web site success. *Information & Management*, 43(4), pp.434-446.
- Dix, A. (2004). *Human-computer interaction*. London: Prentice Hall Europe.
- Dwivedi, S., Upadhyay, S., and Tripathi, A. (2012). A working framework for the user-centred design approach and a survey of the available methods. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(4), pp. 1-8.
- Kasnodihardjo. (1993). Langkah-langkah menyusun kuesioner. *Media Litbangkes*, 3(2), pp. 21-26.
- KBBI. (2015). *Preferensi*. [online] Available at:<http://http://kbbi.web.id/preferensi> [Accessed 27 April 2015].
- Kurniawan, D. (2009). *Keajaiban Blogger*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Krug, S. (2013). *Don't make me think! Panduan praktis membangun web yang logis*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta
- Lee, S. And Koubek, R. (2010). The effects of usability and web design attributes on user preference for e-commerce web sites. *Computers in Industry*, 61(4), pp.329-341.
- Nathan Brixius. (2014). *Beautiful Box Plots in Excel 2013*. [online] Available at:<http://nathanbrixius.wordpress.com/2014/03/10/beautiful-box-plots-in-excel-2013/> [Accessed 19 Mar. 2015].
- Nielsen, J. (2000). *Why You Need Only Need to Test with 5 Users*. [online] Nngroup.com. Available at : <http://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/> [Accessed 9 Mar, 2015].
- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. [online] Nngroup.com. Available at: <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> [Accessed 9 Mar, 2015].

Palmer, J. (2002). Designing for web site usability. *Computer*, 35(7), pp.102-103.

PFitriawan, Sukma. (2009). *Perancangan Ulang Website Teknik Industri Universitas Sebelas Maret Dengan Memperhatikan Aspek Usability Menggunakan Metode Focus Group Discussion*. Surakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Prayoga, S. and Sensuse, D. (2010). Analisa usability pada aplikasi berbasis web dengan mengadopsi model kepuasan pengguna (user satisfaction). *Journal of Information Systems*, 6(1), pp.70-79.

Pressman, R. (2010). *Software Engineering*. New York: McGraw-Hill Higher Education.

Rubin, J. And Chisnell, D. (2008). *Handbook of usability testing*. Indianapolis, IN: Wiley Pub.

Santosa, I. (2004). *Interaksi Manusia dan Komputer*. Jogjakarta: Penerbit ANDI.

Stattrek.com. (2015). *Boxplot: Definition*. [online] Available at: <http://stattrek.com/statistics/dictionary.aspx?definition=Boxplot> [Accessed 19 Mar. 2015].

Vila, N., and Kruster, I. (2011). Consumer feelings and behaviours towards well designed websites. *Information & Management*. 48(4-5), pp. 166-177.

Yau, N. (2008). *How To Read and Use a Box-and-Whisker Plot*. [online] FlowingData. Available at: <http://flowingdata.com/2008/02/15/how/to/read-and-use-a-box-and-whisker-plot/> [Accessed 19 Mar. 2015].

Zviran, M., Glezer, C. and Avni, I. (2006). User satisfaction from commercial web sites: The effect of design and use. *Information & Management*, 43(2), pp. 157-178.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 – SITUS YANG DITELITI

Situs Abu Art Shop Awal (Sebelum Perubahan)

The screenshot shows a blog post on artshopabu.blogspot.com. At the top, there is an advertisement for Sunlight soap with a price tag of F10000 and a guarantee of purity. Below this, the main content is a post titled 'sarung batik encim biru pekalongan' (blue batik sarong from Pekalongan). The post features several images of batik sarongs with intricate floral patterns on a blue background. To the right of the post, there is a sidebar with the following information:

- Daftar Blog Sahabat**: Lists 'Kertaskonoak' and 'Perak Blammer' as friends.
- ALAMAT**: Jalan Tata Surya 2 nomor 14, Doyo Malang 65144, Jawa Timur. Contact numbers: 0341-572013, 08789598903, 08789598903. WhatsApp: +628789598903 (01).
- Translate**: A dropdown menu for 'Pilih Bahasa'.
- Total Tayangan Laman**: 161652.
- Mengenai Saya**: Profile of 'art shop abu' (tata surya, malang, jawa timur, indonesia). Description: 'GALLERY ANTIK MENJUAL SEGALA MACAM BARANG ANTIK, DARI MEBEL, MEBEL, KERAMIK, LAMPU-LAMPU, KERTAS-KERTAS KLING, DLL... harga bisa nego. Jamban ongkos kirim.' Link: 'Lihat profil lengkapnya'.
- Label**: A list of product categories with counts:
 - batik-kelapa (2)
 - batik-kelapa SOLD (12)
 - bonaka (5)
 - bonaka SOLD (14)
 - botol-botol (7)
 - botol-botol SOLD (6)
 - ehamati (1)
 - ehamati SOLD (3)
 - foto jakuli SOLD (13)
 - pelas-pelas-taban (3)
 - pelas-pelas-taban SOLD (10)
 - guai (2)
 - guai SOLD (5)
 - Jam (1)
 - jam SOLD (8)
 - kape SOLD (3)
 - kain - batik (10)
 - kain - batik SOLD (61)
 - kain-ase SOLD (3)
 - kop-lampui (5)
 - kop-lampui SOLD (23)
 - kumpang SOLD (1)
 - kayu oriental (6)
 - kayu oriental SOLD (23)
 - kayu-ekoran (6)
 - kayu-ekoran SOLD (8)

Below the main post, there is another section titled 'kain batik panjang pagi sore adek baji' with an image of a long batik cloth.

Sumber: (www.artshopabu.blogspot.com)



Situs Abu Art Shop Akhir (Setelah Perubahan)


TENTANG KAMI CARA BELI HUBUNG KAMI

ABU ART SHOP

Temukan Barang Antik Pilihan Anda Dan Hubungi Kami

Home Furniture Kain Keramik Kristal Lampu Set Makan Set Minum Pernik


29 Nov 2014



Set Meja Kursi Kanjengan Dengan Sepasang Talaan Pot Art Deco

bahan kayu jati solid didapat dari salah satu rumah kuno di malang...kondisi masih seperti saat didap...


29 Nov 2014



Patung Kayu Bali Tua

utuh dan orisinal ukiran halus...


29 Nov 2014



Pisau Baja Jaman Belanda

utuh dan orisinal besi baja dan gagang dari tulang binatang salah satu gagang ada retak (pember 2) m...


23 Nov 2014



Piring Wangkang

utuh dan orisinal diameter 28 cm -- -SOLD---

23 Nov 2014









Meja Marmer Konsul

Utuh dan orisinal Kaki bahan kayu jati solid dan marmer asli tua marmer profilan di bagian tepi... Wa...

CARI BARANG

BARANG TERPOPULER

-  **Jam Dinding Perempatan**
-  **4 Botol Belanda Temuan Laut**
-  **Pisau Baja Jaman Belanda**
-  **Pattung Kayu Bali Tua**
-  **4 Botol Belanda Temuan Laut**
-  **Set Meja Kursi Sedan Becak**


[Load more . . .](#)

Daftar Barang

Beju-Kebaya	Boneka	Bonol-Bonol
Enamel	Foto Jadull	Gelas-Gelas-Tacal'an
Guci	Kain -- Batik	Kam Ay
Kap Lampu	Kayu Oriental	Kayu-Ukiran

Temukan Kami di Facebook

Abu Artshop Malang



Sumber: (www.abuartshopmalang.blogspot.com)



Situs Pembanding Kedua

Barang Tempo Doeloe
antiques, barang antik, vintage industrial, steampunk

Beranda Contact Us Cara Beli Komentar

Antique Archaeology



Follow by Email

Email address

About Me

Henky Aryanto
Jl. Bahakan Tarogong 100
Bandung 40232
West Java - Indonesia

Mobile :
081 722 4360 (+ WhatsApp)
081 220 765 152
Blackberry Messenger 7CB3E6E8

Email :
hank1ez@yahoo.com
barangtempoeloe@gmail.com

Paypal Account :
hank1ez@yahoo.com

Account :
Bca 4531123454 - Henky Aryanto
Mandiri 130 000 4788 165 - Henky Aryanto

My Other Web

Barlado Museum
Bek, Kadimen Vleder
"Sang Romusha" Dan
Indramayu

Hank Restorations
"Shea Clock "Smith
Astral" England

100 Website Reputation
haringkmpdoeloe

Jumat, 24 April 2015

Plakat Mesin Jerman



Plakat antik mesin Jerman
Ukuran 17 x 35 cm, tebal 0.5 cm
Bahan terbuat dari Aluminium. Orsinit
Dijual Rp. 500.000

You might also like:



Gasoline - 81 Btl
Solar



Gelangg Merca Baru
- Kuningan



Puril

Diposkan oleh Hank di Jumat, April 24, 2015 Tidak ada komentar:

Label: **Reklame Jadul**

Jam Seiko Diver 200 Mtr Automatic

apa yang anda cari.....terdapat 9 ribu item barang diweb ini

Barang Tempo Doeloe

barang tempo doeloe
dijamin halal dan terjamin
BOENAT KOLEKSI TOEAN DAN KOLUAR
-HANGA PANTES-

Barlado



Penunjuk

SILAHKAN PILIH BARANG YANG ANDA CARI
DI DAFTAR BARANG

Daftar Barang

- Alat Kedokteran Antik TERJUAL (1)
- alat musik tempo doeloe (3)
- alat musik tempo doeloe TERJUAL (23)
- Aneka enamel (22)
- Aneka enamel TERJUAL (107)
- Antiques (35)
- Antiques Book TERJUAL (6)
- Antiques TERJUAL (197)
- Antiques Tool (36)
- Antiques Tool TERJUAL (163)
- Arso dan Dokumen (25)
- Arso dan Dokumen TERJUAL (36)
- Asbak antik (26)

Sumber: (www.barangtempoeloe.com)

Situs Pemanding Ketiga


Kios ENKONG : Jual Barang Antik, Unik Dan Jadul. "TUKU RA TUKU TETEP TENGIU"

Kios Engkong : Kios Antik dan Jadul menyediakan berbagai barang antik benda jaman dahulu, tosa, barang baroe tapi omik, dan jadoelontek saeadera bel. TUKU RA TUKU TETEP TENGIU, salam tabik kami. UNTUK PENCAHARAN BARANG UNIK PRIGUL, SEBELAH KANAN WEB 082110945623 | Simpati 08788910744 (XL) Pin BB : 7CAD90CE

313,835

Saturday, December 20, 2014

Bunda Maria - Porselin



Bunda Maria Porselin
ukuran 18x12x12 cm

Patung Bunda Maria terbuat dari porselin, ada lampu, bisa menyala, menarik untuk koleksi menjelang perayaan natal dan tahun baru

Harga: Rp. 250.000 • Ongkos kirim

ongkos kirim pembeli
Untuk info detail hubungi
Kios ENKONG : Kios Antik, Jadul menjual barang antik, unik dan jadul,
serta aksesoris ornel
Jl. Abdul Wahab 28
(pangkal Gg. Simpati)
Sawangan - Depok
Jawa Barat
telp 082110945623 (Simpati)
08788910744 (XL)
Pin BB : 7CAD90CE

Posted by antikjual at 12:51 AM No comments

Labels: porselin

Search

Translate

Galeri Lukisan

Art Painting Gallery
Engkong

Semua Barang yang ada di web ini ada di kios kami KIOS ENKONG dan kami layangkan juga di Tosa Began pada account kami. Kami juga bisa bantu pada blog kami, KAMI TIDAK MEMBERIKAN HAMDAT KEPADA SIAPAPUN DALAM MENJUAL BARANG KAMI

Untuk barang yang bereski kerusakan tinggi, kami tidak menanggung alias keterlambatan pengiriman kerusakan dalam perjalanan pengiriman ekspedisi (waktu packing / pengemasan sudah kami lakukan secara profesional dan bertahap) agar pengiriman dapat dipekat bersama.

Produk

- Akordion (1)
- Alat Bangunan (4)
- Alat Cukur (8)
- Alat Dapur (21)
- Alat Hujung (2)
- Alat Kantor (9)
- Alat Musik (1)
- Alat Tulis (3)
- Arang (9)
- Automatik (1)
- Bat (1)
- Bendera (1)
- Bingkai Foto (4)
- Bola Dunia (4)
- Boli (19)
- Buku dan Surat (6)
- Cash Box (1)
- Ceren (1)
- Cetakan Kue (2)
- Decal (2)
- Dekumen (2)
- Dompok (2)
- Foto (2)
- Furnitur (2)
- Gelas (3)
- Gembok (4)
- Gilingan kopi (1)
- Gitar (1)
- Guci (18)
- Headphone (2)
- Kain (8)
- Jam (28)
- Jangren (2)
- Kaca Rias (2)
- Kacamata (16)
- Kaleng (4)
- Kalung (1)
- Kamera (27)
- Kasa (4)
- Kapelek (2)
- Kasket (5)
- Kayu (1)
- Kayu Jati (8)
- Keramik (22)
- Kipas Angin (2)
- Kompas (3)
- Koper (2)
- Koper Api (2)
- Kotak (1)
- Kotak Rokok (1)
- Kral Boker (2)
- Kuningan (2)
- Kuro (3)
- Lampu (41)
- Lesung (1)

Sumber: (www.antikwoy.blogspot.com)

LAMPIRAN 2 - KUESIONER PENGALAMAN BELANJA ONLINE

Jawablah pertanyaan berikut dengan menyilang (X) salah satu jawaban yang sesuai !

1. Apakah Anda pengguna internet?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apa yang biasa Anda lakukan menggunakan internet? (**pilihan boleh lebih dari 1**)
 - a. Browsing
 - b. Game
 - c. Sosial media
 - d. Belanja online
 - e. Lainnya.....
3. Apakah Anda mengetahui tentang belanja online?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Apakah Anda pernah berbelanja online sebelumnya?
 - a. Ya
 - b. Tidak
5. Jika **Tidak**, Apakah Anda pernah mengakses situs belanja online?
 - a. Ya
 - b. Tidak
6. Situs belanja online apa yang sering Anda akses?
 - a. Lazada, Zalora, tokobagus.com, olx, dll
 - b. Forum online (Kaskus)
 - c. Sosial Media (FB, Twitter, Instagram, BBM)
 - d. Blog
 - e. Lainnya.....
7. Apa alasan Anda memilih situs tersebut?
 - a. Rekomendasi teman/komunitas
 - b. Pilihan barang dan harga banyak
 - c. Tampilan situs menarik dan mudah digunakan
 - d. Aman
 - e. Lainnya.....
8. Produk apa yang biasa Anda cari melalui situs belanja online tersebut? (**Pilihan boleh lebih dari 1**)
 - a. Gadget/ Barang elektronik
 - b. Makanan
 - c. Produk fashion dan aksesoris
 - d. Tiket
 - e. Lainnya.....
9. Apakah Anda selalu membeli barang-barang tersebut dari situs pilihan Anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak
10. Jika **Tidak**, apa yang menjadi alasan Anda?
 - a. Barang yang dicari tidak ditemukan
 - b. Harga lebih mahal dibanding tempat lain
 - c. Proses pembelian rumit dan lama
 - d. Keterangan barang tidak lengkap
 - e. Lainnya.....

LAMPIRAN 3 - KUESIONER PREFERENSI SEBELUM DAN SETELAH TES TUGAS

Dalam membangun antarmuka pengguna yang baik, khususnya aplikasi berbasis web terdapat beberapa atribut antarmuka yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Desain Estetika adalah tampilan keseluruhan situs dipadu dengan pemilihan warna dan model huruf (*font*) sehingga tampak serasi, menarik, dan nyaman untuk digunakan.
2. Desain Konten merupakan kelengkapan isi informasi dan kualitas foto yang ditampilkan
3. Desain Navigasi yaitu pemilihan model menu dan link untuk mengarahkan pengguna pada konten tertentu
4. Desain Arsitektur adalah kesesuaian desain keseluruhan situs (estetika, konten, navigasi) dengan tujuan pembuatan situs (jual beli barang antik) yang terencana dengan baik dan memudahkan penggunaan situs.

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut berilah urutan peringkat 1, 2, atau 3 yang sesuai untuk ketiga antarmuka situs yang telah anda observasi!

(Keterangan: Peringkat terbaik diisi dengan nilai 1)

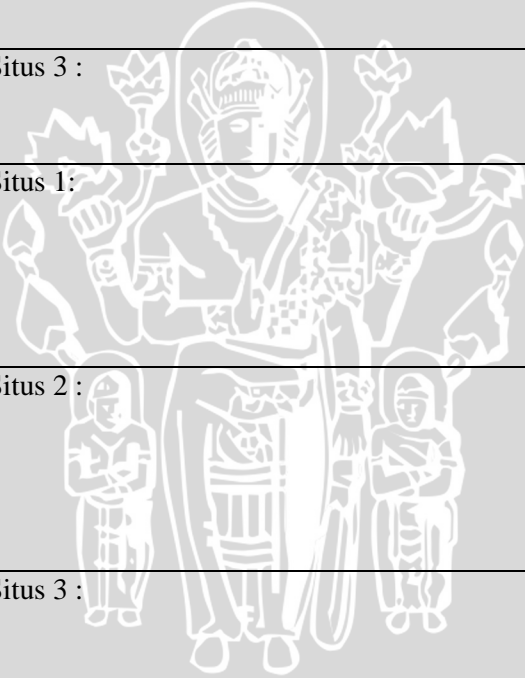
Situs	Peringkat			
	Estetika	Konten	Navigasi	Arsitektur
Abu Art Shop				
Barang Tempo Doeloe				
Kios ENGGKONG				

Peringkatkan kembali ketiga situs tersebut setelah Anda menggunakannya berdasarkan atribut antarmuka situs seperti pada tahap sebelumnya! **Peringkat boleh berbeda dari sebelumnya**

Situs	Peringkat			
	Estetika	Konten	Navigasi	Arsitektur
Abu Art Shop				
Barang Tempo Doeloe				
Kios ENGGKONG				

LAMPIRAN 4 - DAFTAR TES TUGAS

Tugas	Skenario	Jawaban	Keterangan (ekspresi, gerakan mouse, lama penyelesaian)
1	Barang apakah yang paling banyak terjual pada situs tersebut?	Situs 1:	
		Situs 2:	
		Situs 3:	
2	Bagaimana prosedur (alur) pembelian barang pada situs tersebut?	Situs 1:	
		Situs 2:	
		Situs 3:	
3	Temukan informasi selain cara pembelian yang tertera pada situs tersebut!	Situs 1:	
		Situs 2:	
		Situs 3:	

4	Situs 1: Temukan Nampan keramik gambar Kincir Angin! Tuliskan langkah-langkah yang dilakukan pada kolom jawaban!	Situs 1 :	
	Situs 2: Temukan reklame Petromax! Tuliskan langkah-langkah yang dilakukan pada kolom jawaban!	Situs 2 :	
	Situs 3: Temukan Teko Antik Belanda! Tuliskan langkah-langkah yang dilakukan pada kolom jawaban!	Situs 3 :	
5	Situs 1 : Temukan barang dengan ciri-ciri Lampu minyak keramik motif ukir warna hijau. Kemudian tuliskan detail informasi dari barang tersebut! (nama barang, tanggal upload, harga, ukuran, kondisi)	Situs 1:	
	Situs 2 : Temukan barang dengan ciri-ciri Lampu bahan bakar minyak tanah, seharga 500 ribu. Kemudian tuliskan detail informasi dari barang tersebut! (nama barang, tanggal upload, harga, ukuran, kondisi)	Situs 2 :	
	Situs 3 : Temukan barang dengan ciri-ciri Lampu bahan keramik, bentuk bunga setinggi 22cm. Kemudian tuliskan detail informasi dari barang tersebut! (nama barang, tanggal upload, harga, ukuran, kondisi)	Situs 3 :	

6.	Sebutkan 4 barang yang Paling baru diunggah	Situs1 :	
		Situs 2:	
		Situs 3:	



LAMPIRAN 5 - KUESIONER WEBUSE

Berilah tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai untuk-masing-masing situs berikut:

SS (sangat setuju) = 1

S (setuju) = 0.75

N (netral) = 0.5

TS (tidak setuju) = 0.25

STS (sangat tidak setuju) = 0

1. Abu Art Shop

Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>content, organisation dan readability</i>		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam <i>website</i> .					
2	Isi yang terdapat dalam <i>website</i> tersusun / terorganisasi dengan baik.					
3	Saya merasa mudah membaca isi / <i>content website</i> .					
4	Saya merasa nyaman dan terbiasa dengan bahasa yang digunakan.					
5	Saya tidak perlu menggunakan <i>scroll</i> ke kiri dan ke kanan ketika membaca <i>content website</i>					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>navigation dan links</i>						
6	Saya merasa mudah mengetahui posisi keberadaan ketika menjelajahi <i>website</i> .					
7	<i>Website</i> mempunyai petunjuk dan <i>link</i> yang mempermudah saya memperoleh informasi yang diinginkan.					
8	Saya merasa mudah menjelajah <i>website</i> menggunakan <i>link</i> yang ada atau tombol <i>back</i> pada <i>browser</i> .					
9	<i>Website</i> tidak terlalu banyak membuka <i>browser windows</i> baru ketika saya menjelajahi <i>website</i> .					
10	Penempatan <i>links</i> atau menu disusun secara standar dan mudah dikenali.					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>user interface design</i>						
11	Desain <i>interface website</i> atraktif.					
12	Saya merasa nyaman dengan warna yang digunakan dalam <i>website</i> .					
13	<i>Website</i> tidak mengandung fitur yang mengganggu seperti <i>scrolling</i> atau <i>blinking</i> teks dan animasi berulang.					
14	<i>Website</i> mempunyai tampilan yang konsisten.					
15	<i>Website</i> tidak terlalu banyak mengandung <i>web advertisement</i> .					
16	Desain <i>Website</i> menimbulkan ketertarikan dan mudah dipelajari cara penggunaanya.					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>performance and effectiveness</i>						
17	Saya merasa mudah membedakan <i>links</i> yang sudah dan belum dikunjungi.					
18	<i>Website</i> memberi respon yang sesuai dengan harapan untuk semua aksi yang dilakukan.					
19	Saya merasa efisien ketika menggunakan <i>website</i> .					

2. Barang Tempo doeloe

Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>content, organisation dan readability</i>		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam <i>website</i> .					
2	Isi yang terdapat dalam <i>website</i> tersusun / terorganisasi dengan baik.					
3	Saya merasa mudah membaca isi / <i>content website</i> ..					
4	Saya merasa nyaman dan terbiasa dengan bahasa yang digunakan.					
5	Saya tidak perlu menggunakan <i>scroll</i> ke kiri dan ke kanan ketika membaca <i>content website</i>					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>navigation dan links</i>						
6	Saya merasa mudah mengetahui posisi keberadaan ketika menjelajahi <i>website</i> .					
7	<i>Website</i> mempunyai petunjuk dan <i>link</i> yang mempermudah saya memperoleh informasi yang diinginkan.					
8	Saya merasa mudah menjelajah <i>website</i> menggunakan <i>link</i> yang ada atau tombol <i>back</i> pada <i>browser</i> .					
9	<i>Website</i> tidak terlalu banyak membuka <i>browser windows</i> baru ketika saya menjelajahi <i>website</i> .					
10	Penempatan <i>links</i> atau menu disusun secara standar dan mudah dikenali.					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>user interface design</i>						
11	Desain <i>interface website</i> atraktif.					
12	Saya merasa nyaman dengan warna yang digunakan dalam <i>website</i> .					
13	<i>Website</i> tidak mengandung fitur yang mengganggu seperti <i>scrolling</i> atau <i>blinking</i> teks dan animasi berulang.					
14	<i>Website</i> mempunyai tampilan yang konsisten.					
15	<i>Website</i> tidak terlalu banyak mengandung <i>web advertisement</i> .					
16	Desain <i>Website</i> menimbulkan ketertarikan dan mudah dipelajari cara penggunaanya.					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>performance and effectiveness</i>						
17	Saya merasa mudah membedakan <i>links</i> yang sudah dan belum dikunjungi.					
18	<i>Website</i> memberi respon yang sesuai dengan harapan untuk semua aksi yang dilakukan.					
19	Saya merasa efisien ketika menggunakan <i>website</i> .					



3. Kios ENGGKONG

Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>content, organisation dan readability</i>		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa mudah menemukan apa yang saya inginkan di dalam <i>website</i> .					
2	Isi yang terdapat dalam <i>website</i> tersusun / terorganisasi dengan baik.					
3	Saya merasa mudah membaca isi / <i>content website</i> ..					
4	Saya merasa nyaman dan terbiasa dengan bahasa yang digunakan.					
5	Saya tidak perlu menggunakan <i>scroll</i> ke kiri dan ke kanan ketika membaca <i>content website</i>					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>navigation dan links</i>						
6	Saya merasa mudah mengetahui posisi keberadaan ketika menjelajahi <i>website</i> .					
7	<i>Website</i> mempunyai petunjuk dan <i>link</i> yang mempermudah saya memperoleh informasi yang diinginkan.					
8	Saya merasa mudah menjelajahi <i>website</i> menggunakan <i>link</i> yang ada atau tombol <i>back</i> pada <i>browser</i> .					
9	<i>Website</i> tidak terlalu banyak membuka <i>browser windows</i> baru ketika saya menjelajahi <i>website</i> .					
10	Penempatan <i>links</i> atau menu disusun secara standar dan mudah dikenali.					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>user interface design</i>						
11	Desain <i>interface website</i> atraktif.					
12	Saya merasa nyaman dengan warna yang digunakan dalam <i>website</i> .					
13	<i>Website</i> tidak mengandung fitur yang mengganggu seperti <i>scrolling</i> atau <i>blinking</i> teks dan animasi berulang.					
14	<i>Website</i> mempunyai tampilan yang konsisten.					
15	<i>Website</i> tidak terlalu banyak mengandung <i>web advertisement</i> .					
16	Desain <i>Website</i> menimbulkan ketertarikan dan mudah dipelajari cara penggunaannya.					
Pertanyaan untuk mengevaluasi <i>performance and effectiveness</i>						
17	Saya merasa mudah membedakan <i>links</i> yang sudah dan belum dikunjungi.					
18	<i>Website</i> memberi respon yang sesuai dengan harapan untuk semua aksi yang dilakukan.					
19	Saya merasa efisien ketika menggunakan <i>website</i> .					



LAMPIRAN 6 – DATA PROFIL PARTISIPAN PENGUJIAN AWAL

Hasil Kuesioner Data Diri dan Pengalaman Belanja Online Partisipan Pengujian Awal

Poin	Data yang dikumpulkan
Usia	21-23 tahun
Jenis Kelamin	5 orang : Laki-laki 7 orang : Perempuan
Pengguna internet	12 orang pengguna internet
Kegiatan dengan internet	4 orang : <i>browsing</i> dan sosial media 1 orang : <i>browsing</i> dan belanja online 4 orang : <i>browsing</i> , belanja online, sosial media 3 orang : <i>browsing</i> , <i>game</i> , belanja online, sosial media
Mengetahui jual-beli online	12 orang : mengetahui jual-beli online
Pengalaman belanja online	7 orang : pernah berbelanja online 5 orang : tidak pernah belanja online
Pengalaman membuka situs belanja online	12 orang : pernah membuka situs belanja online
Situs yang dibuka	9 orang : situs jual-beli online resmi (Lazada, olx.com, berniaga, dll) 2 orang : Media sosial (BBM, Twitter, FB, Instagram) 1 orang : Forum online (Kaskus)
Alasan memilih situs	7 orang : pilihan harga dan barang banyak 2 orang : rekomendasi teman/komunitas 1 orang : tampilan menarik 2 orang : Aman
Barang yang dibeli	5 orang : produk fesyen/aksesoris 1 orang : gadget/barang elektronik 1 orang : tiket 2 orang : produk fesyen/aksesoris, tiket 1 orang : gadget/elektronik, tiket 2 orang : produk fesyen/aksesoris, gadget/elektronik, tiket
Keputusan membeli barang pada situs pilihan	4 orang : selalu membeli 8 orang : tidak membeli
Alasan tidak membeli	4 orang : barang yang dicari tidak ditemukan 1 orang : proses pembelian rumit dan lama 1 orang : harga lebih mahal dibandingkan tempat lain 2 orang : lain-lain
Suka barang antik	5 orang : suka 7 orang : tidak
Mengetahui belanja online barang antik	12 orang : tidak tahu belanja online barang antik
Pernah belanja online dengan blog	12 orang : tidak pernah berbelanja online dengan blog
Pernah membuka situs belanja online dengan blog	3 orang : pernah membuka 9 orang : tidak pernah
Alasan tidak berbelanja melalui blog	12 orang : beralasan kurang aman dan tidak terpecaja

LAMPIRAN 7 – DATA PROFIL PARTISIPAN PENGUJIAN AKHIR

Hasil Kuesioner Data Diri dan Pengalaman Belanja Online Partisipan Pengujian Akhir

Poin	Data yang dikumpulkan
Usia	20-23 tahun
Jenis Kelamin	6 orang : laki-laki 6 orang : perempuan
Pengguna internet	12 orang : pengguna internet
Kegiatan dengan internet	1 orang : <i>browsing</i> 1 orang : game online 1 orang : sosial media 1 orang : <i>browsing</i> dan <i>game</i> 1 orang : <i>browsing</i> dan sosial media 2 orang : <i>browsing</i> , <i>game</i> , dan sosial media 5 orang : <i>browsing</i> , <i>game</i> , belanja online, sosial media
Mengetahui jual-beli online	12 orang : mengetahui jual-beli online
Pengalaman belanja online	6 orang : pernah berbelanja online 6 orang : tidak pernah belanja online
pengalaman membuka situs belanja online	12 orang : pernah membuka situs belanja online
Situs yang dibuka	7 orang : situs jual-beli online resmi (Lazada, olx.com, berniaga, dll) 2 orang : Forum online (Kaskus) 3 orang : sosial media (FB, Twitter, Intagram, dll)
Alasan memilih situs	2 orang : pilihan harga dana barang banyak 3 orang : rekomendasi teman/komunitas 1 orang : lebih praktis 5 orang : tampilan menarik dan mudah digunakan 1 orang : lebih aman
Barang yang dibeli	5 orang : produk fesyen/aksesoris 1 orang : gadget/barang elektronik 3 orang : produk fesyen/aksesoris, gadget 1 orang : produk fesyen, tiket 1 orang : produk fesyen/aksesoris, gadget/elektronik, tiket
Keputusan membeli barang pada situs pilihan	2 orang : selalu membeli 10 orang : tidak membeli
Alasan tidak membeli	3 orang : proses pembelian rumit dan lama 1 orang : harga lebih mahal dibandingkan tempat lain 2 orang : barang yang dicari tidak ada 4 orang : lain-lain
Suka barang antik	12 orang : tidak suka
Mengetahui belanja online barang antik	12 orang : tidak tahu belanja online barang antik
Pernah belanja online dengan blog	Semua tidak pernah
Pernah membuka situs belanja online dengan blog	6 orang : pernah membuka 6 orang : tidak pernah
Alasan tidak berbelanja melalui blog	Semua mengatakan kurang aman dan tidak terpercaya

LAMPIRAN 8 – DATA PREFERENSI PENGUJIAN AWAL

Hasil Kuesioner Preferensi Sebelum Tes Tugas Pengujian Awal

Preferensi Atribut Desain Estetika												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3
Situs Kedua	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1
Situs Ketiga	2	2	3	1	2	2	3	1	1	2	2	2
Preferensi Atribut Desain Konten												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3
Situs Kedua	1	1	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2
Situs Ketiga	2	3	1	2	2	2	3	1	1	2	1	1
Preferensi Atribut Desain Navigasi												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3
Situs Kedua	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1
Situs Ketiga	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
Preferensi Atribut Desain Arsitektur												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	3	2
Situs Kedua	1	1	1	2	2	1	3	3	2	2	1	1
Situs Ketiga	2	2	2	1	1	2	2	1	3	1	2	3

Hasil Kuesioner Preferensi Setelah Tes Tugas Pengujian Awal

Preferensi Atribut Desain Estetika												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	3	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3
Situs Kedua	1	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	1
Situs Ketiga	2	2	3	1	2	2	3	1	1	2	2	2
Preferensi Atribut Desain Konten												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3
Situs Kedua	1	1	1	2	2	1	2	2	3	2	1	1
Situs Ketiga	3	2	3	1	1	2	3	1	1	1	2	2
Preferensi Atribut Desain Navigasi												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2
Situs Kedua	1	1	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1
Situs Ketiga	3	2	3	2	1	3	3	1	1	3	2	3
Preferensi Atribut Desain Arsitektur												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	2
Situs Kedua	1	1	2	2	2	1	1	2	3	1	1	1
Situs Ketiga	3	2	3	1	1	3	2	1	1	2	2	3

LAMPIRAN 9 – DATA PREFERENSI PENGUJIAN AKHIR

Hasil kuesioner Preferensi Sebelum Tes Tugas Pengujian Akhir

Preferensi Atribut Desain Estetika												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
Situs Kedua	2	1	2	3	3	1	2	2	2	3	3	2
Situs Ketiga	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3
Preferensi Atribut Desain Konten												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	1	2
Situs Kedua	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1
Situs Ketiga	2	3	1	3	1	3	3	3	3	2	2	3
Preferensi Atribut Desain Navigasi												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	3	1
Situs Kedua	2	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2
Situs Ketiga	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3
Preferensi Atribut Desain Arsitektur												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2
Situs Kedua	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3
Situs Ketiga	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	1

Hasil kuesioner Preferensi Setelah Tes Tugas Pengujian Akhir

Preferensi Atribut Desain Estetika												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
Situs Kedua	2	1	2	3	3	1	2	1	2	3	2	2
Situs Ketiga	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3
Preferensi Atribut Desain Konten												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	2	1	3	3	2	3	2	1	3	2	1
Situs Kedua	3	1	3	1	2	1	2	1	2	1	1	2
Situs Ketiga	2	3	2	2	1	3	1	3	3	2	3	3
Preferensi Atribut Desain Navigasi												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
Situs Kedua	3	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	2
Situs Ketiga	2	3	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3
Preferensi Atribut Desain Arsitektur												
Situs	Partisipan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Abu Art shop	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
Situs Kedua	3	2	2	3	2	1	2	1	2	3	1	3
Situs Ketiga	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	1

LAMPIRAN 10 - DATA KUESIONER WEBUSE PENGUJIAN AWAL

Hasil Kuesioner WEBUSE Situs Abu Art Shop Pengujian Awal

Kategori	Atribut	Partisipan											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Content, Organization, and Readability	1	0,75	0,5	0,75	0,5	0,25	0,5	0,5	0,5	0,25	0,5	0,25	0,75
	2	0,75	0,25	0,5	0,25	0	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,25
	3	0,75	0	0,75	0,75	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,25
	4	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	1	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75
	5	1	0,25	0	1	0,5	1	0,75	0,25	0,75	0,75	1	0,25
Navigation and Links	6	0,75	0,5	0,25	0,25	0	0,5	0,5	0,75	0,25	0,5	0,25	0,25
	7	0,5	0,25	0,5	0,25	0	0	0,5	0,75	0,25	0,5	0,5	0,75
	8	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0,25	0,75	0,5	0
	9	0,75	0,75	0,5	0,25	0	0,25	0,25	0,5	0,5	0,5	1	0,75
	10	0,75	0,25	0,5	0,75	0	0,25	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0
Design User Interface	11	0,5	0,25	0,5	0,5	0	0,25	0,75	0,5	0,5	0,75	0,25	0,25
	12	0,5	0,25	0,5	0,5	0	0,5	0,75	0,25	0,5	0,5	0,25	0,75
	13	0,75	0,75	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75
	14	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0	0,75	0,75	0,5	0,5	0,25
	15	0,75	0,75	0,5	1	0,75	0,75	0,25	0,75	0,5	0,75	0,25	1
	16	0,5	0,25	0,5	0,25	0	0,5	0,5	0,5	0,25	0,5	0,25	0
Performance and Effectiveness	17	0,75	0,75	0,75	0	0	0,5	0,5	0,25	0,25	0,75	0,25	1
	18	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	0,25	0,75	0,5	0,75
	19	0,75	0,5	0,75	0,25	0	0,5	0,5	0,5	0,25	0,5	0,25	0,75

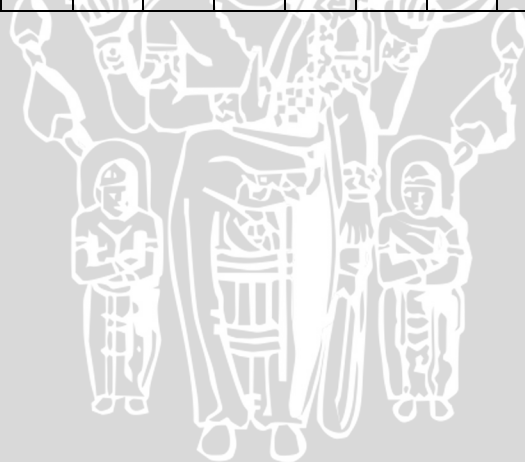
Hasil Kuesioner WEBUSE Situs Kedua Pengujian Awal

Kategori	Atribut	Partisipan											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Content, Organization, and Readability	1	0,75	0,75	0,5	0,5	0,5	1	0,75	0,5	0,25	0,5	0,5	1
	2	1	0,75	0,75	0,5	0,5	1	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75
	3	1	0,75	0,75	0,5	0,5	1	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75
	4	1	0,5	0,75	0,75	0,5	1	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75
	5	1	0,5	0	0,75	0,5	1	0,75	0,5	0,75	0,75	1	0,25
Navigation and Links	6	1	0,5	0,25	1	0,25	0,75	0,5	0,75	0,25	0,75	0,5	0,75
	7	1	0,75	0,5	0,75	0,25	0,75	0,5	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75
	8	0,75	0,5	0,5	0,75	0,25	0,75	0,5	0,5	0,25	0,75	0,75	1
	9	0,75	0,5	0,5	0,25	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75
	10	1	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75
Design User Interface	11	1	0,75	0,5	0,5	0,75	1	0,75	0,5	0,25	0,5	0,75	1
	12	1	0,75	0,5	0,5	0,75	1	0,5	0,5	0,25	0,75	0,5	1
	13	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	1	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
	14	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1	0,5	0,5	0,75	0,5	0,5	0,75
	15	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75	0,5	0,25
	16	1	0,75	0,5	0,25	0,5	0,75	0,75	0,5	0,25	0,75	0,5	0,75
Performance and Effectiveness	17	0,75	0,75	0,5	0,25	0,25	0,5	0,75	0,5	0,25	0,75	0,25	0,75
	18	0,75	0,75	0,25	0,75	0,5	0,5	0,5	0,75	0,25	0,75	0,5	0,75
	19	1	0,75	0,25	0,5	0,5	0,75	0,5	0,5	0,25	0,75	0,5	0,75



Hasil Kuesioner WEBUSE Situs Ketiga Pengujian Awal

Kategori	Atribut	Partisipan											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
<i>Content, Organization, and Readability</i>	1	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75
	2	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75
	3	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,25
	4	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75
	5	0,75	0,25	0	1	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	1	1
<i>Navigation and Links</i>	6	0,75	0,5	0,25	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75	0,5	1
	7	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75
	8	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,5	0,75	0,5	0,25
	9	0,5	0,75	0,5	0,25	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75
	10	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75
<i>Design User Interface</i>	11	0,75	0,5	0,5	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75
	12	0,75	0,75	0,5	1	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75
	13	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	1
	14	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,25
	15	0,5	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75
	16	0,5	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75
<i>Performance and Effectiveness</i>	17	0,75	0,75	0,75	0,25	0,25	0,5	0,5	0,5	0,25	0,75	0,25	0,75
	18	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	1
	19	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75	0,5	0,75



LAMPIRAN 11 - DATA KUESIONER WEBUSE PENGUJIAN AKHIR

Hasil kuesioner WEBUSE Situs Abu Art Shop Pengujian Akhir

Kategori	Atribut	Partisipan											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Content, Organization, and Readability	1	1,00	0,75	0,25	0,25	1,00	0,75	0,50	0,50	0,25	0,25	1,00	0,75
	2	1,00	0,75	0,75	0,75	1,00	0,50	0,50	0,50	0,50	1,00	1,00	1,00
	3	1,00	1,00	0,75	0,75	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00
	4	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	1,00	1,00	0,75
	5	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	0,75	0,75	0,75	0,25	1,00	1,00	1,00
Navigation and Links	6	0,75	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,50	0,75	1,00	1,00
	7	0,75	1,00	0,75	1,00	0,50	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	1,00	1,00
	8	0,75	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00	1,00
	9	1,00	0,75	0,50	1,00	1,00	1,00	0,75	0,75	0,25	0,75	1,00	1,00
	10	1,00	1,00	0,75	1,00	0,50	0,75	0,50	0,50	0,25	0,75	1,00	0,75
Design User Interface	11	0,75	0,75	1,00	1,00	0,50	0,75	0,50	0,50	0,50	1,00	1,00	0,50
	12	1,00	0,75	1,00	1,00	0,75	0,75	0,75	0,50	0,25	1,00	1,00	0,75
	13	1,00	1,00	0,75	1,00	1,00	1,00	0,75	0,75	0,25	1,00	1,00	1,00
	14	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00
	15	1,00	1,00	1,00	0,75	1,00	1,00	0,50	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00
	16	0,25	0,75	0,75	0,75	1,00	0,75	0,50	0,50	0,25	1,00	1,00	0,50
Performance and Effectiveness	17	0,25	0,50	0,50	0,75	0,50	1,00	0,75	0,25	0,75	1,00	1,00	0,25
	18	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	1,00	1,00	0,50
	19	1,00	1,00	0,75	0,75	1,00	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	1,00	0,75

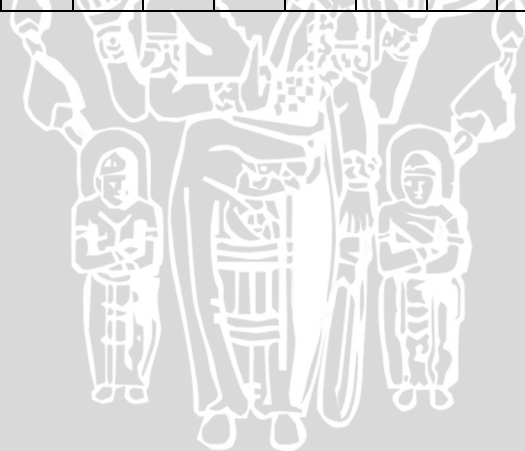
Hasil kuesioner WEBUSE Situs Kedua Pengujian Akhir

Kategori	Atribut	Partisipan											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Content, Organization, and Readability	1	0,25	0,75	0,25	0,75	0,50	1,00	0,50	0,50	0,75	0,25	0,75	0,75
	2	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	0,25	0,50	0,75
	3	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,25	0,50	1,00
	4	0,75	0,75	0,25	0,50	0,75	1,00	0,75	0,50	0,75	0,75	0,50	0,75
	5	0,25	0,75	0,25	0,50	0,75	1,00	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	1,00
Navigation and Links	6	0,25	0,50	0,75	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	1,00
	7	0,25	0,75	0,25	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,75
	8	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,50	1,00
	9	0,25	0,75	0,25	0,25	1,00	1,00	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	1,00
	10	0,25	0,75	0,75	0,50	0,75	0,75	0,50	0,50	0,50	0,25	0,50	0,75
Design User Interface	11	1,00	1,00	0,5	0,25	0,25	0,75	0,50	0,50	0,50	0,25	0,50	0,50
	12	1,00	1,00	0,75	0,25	0,25	0,75	0,75	0,50	0,50	0,25	0,50	0,25
	13	1,00	0,75	0,75	0,00	0,75	1,00	0,75	0,75	0,75	0,50	1,00	1,00
	14	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,75	1,00	0,75
	15	0,25	0,75	0,75	0,00	1,00	1,00	0,50	0,75	0,75	0,50	1,00	0,75
	16	0,75	1,00	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75	0,50	0,50	0,25	0,50	0,25
Performance and Effectiveness	17	0,25	0,50	0,25	0,50	0,50	1,00	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,25
	18	0,75	0,75	0,25	0,75	0,50	0,75	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75
	19	0,75	0,75	0,25	0,50	0,50	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	0,50	0,75



Hasil kuesioner WEBUSE Situs Kedua Pengujian Akhir

Kategori	Atribut	Partisipan											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
<i>Content, Organization, and Readability</i>	1	1,00	0,75	0,25	0,75	0,25	0,50	0,50	0,50	0,75	0,75	0,50	0,75
	2	0,25	0,50	0,75	1,00	0,00	0,50	0,75	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75
	3	1,00	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,75	0,50
	4	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	0,75
	5	0,25	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75
<i>Navigation and Links</i>	6	0,25	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75	0,75	0,75
	7	1,00	0,50	0,75	1,00	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75
	8	1,00	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,50	0,75
	9	0,75	0,50	0,75	0,75	1,00	0,25	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00
	10	0,75	0,50	0,75	0,75	0,50	0,50	0,75	0,50	0,75	0,75	0,50	0,50
<i>Design User Interface</i>	11	0,25	0,50	0,25	0,75	1,00	0,75	0,50	0,25	0,50	0,75	0,75	0,50
	12	0,75	0,25	0,25	0,75	1,00	0,50	0,50	0,25	0,25	0,75	0,75	0,75
	13	0,75	0,50	0,75	0,75	1,00	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
	14	1,00	0,75	0,75	1,00	1,00	0,50	0,75	0,50	0,75	0,75	0,75	1,00
	15	0,25	0,75	0,75	0,50	1,00	0,50	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	1,00
	16	0,75	0,50	0,75	0,50	0,50	0,50	0,50	0,25	0,50	0,75	0,75	1,00
<i>Performance and Effectiveness</i>	17	0,25	0,50	0,25	0,50	0,50	0,75	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,25
	18	1,00	0,75	0,25	0,75	0,25	0,50	0,50	0,50	0,50	0,25	0,75	0,75
	19	1,00	0,50	0,25	0,75	0,25	0,50	0,50	0,50	0,50	0,25	0,75	0,75



LAMPIRAN 12 – DATA HASIL TES TUGAS PENGUJIAN AWAL

Hasil Tes Tugas Situs Abu Art Shop Pengujian Awal

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	24 ^{*)}	12 ^{*)}	30 ^{*)}	23	192	20
P2	36	23	15	148 ^{*)}	66 ^{*)}	77
P3	50	3	94	122	68	23
P4	27	33	9	116	199	12
P5	58	8	87	120	6	6
P6	36	81	26	64	99	20
P7	80 ^{*)}	16	2	178 ^{*)}	144	45
P8	64	18	79	67	91	12
P9	80 ^{*)}	18	58	116 ^{*)}	69	14
P10	59 ^{*)}	6	16	138	136	54
P11	67	19	16	190 ^{*)}	77	133
P12	76 ^{*)}	14	90	94	128	65
Rata-rata	48,28	21,72	43,90	96,75	109,90	40,08
SD	15,542	21,345	36,137	38,599	57,125	37,359

Keterangan : ^{*)} adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas

Hasil Tes Tugas Situs Kedua Pengujian Awal

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	81	9	41	157	13	20
P2	74	14	6	145	68	13
P3	85	5	63	242 ^{*)}	172 ^{*)}	8
P4	10	18	2	102	71	7
P5	34	65	26	259	84	5
P6	73	59	56	199 ^{*)}	157 ^{*)}	6
P7	81 ^{*)}	63	44	264	81	22
P8	83 ^{*)}	8	5	134	253 ^{*)}	55
P9	61	60	58	243 ^{*)}	203 ^{*)}	5
P10	37	46	10	506 ^{*)}	126	74
P11	85	24	27	122 ^{*)}	190 ^{*)}	7
P12	13 ^{*)}	88	67	417 ^{*)}	194	10
Rata-rata	60	38,25	33,75	143,5	91	19,33
SD	26,883	28,355	24,264	23,054	56,267	22,190

Keterangan : ^{*)} adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas

Hasil Tes Tugas Situs Ketiga Pengujian Awal

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	68	55	76 ^{*)}	49	363 ^{*)}	80
P2	5	6	14 ^{*)}	11	131 ^{*)}	10
P3	29 ^{*)}	75	39	10	378 ^{*)}	13
P4	98	8	114	8	96	9
P5	49 ^{*)}	10	3	20	182	5
P6	146	25	22	50 ^{*)}	171 ^{*)}	2
P7	20 ^{*)}	69	11	204	74	55
P8	130	76	52	65	214	13
P9	68 ^{*)}	8	20	15	27	65
P10	74	22	53	8	372 ^{*)}	67
P11	10 ^{*)}	8	19	61	34	3
P12	65 ^{*)}	24	94	188	74	8
Rata-rata	74,42	32,16	42,7	58,02	100,14	27,5
SD	50,408	28,258	36,527	71,526	71,615	29,672

Keterangan : ^{*)} adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas



LAMPIRAN 13 – DATA HASIL TES TUGAS PENGUJIAN AKHIR

Hasil Tes Tugas Situs Abu Art Shop Pengujian Akhir

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	24 ^{*)}	64	86	71	27	70 ^{*)}
P2	157 ^{*)}	62	36	142	138	31
P3	61 ^{*)}	76 ^{*)}	65	205 ^{*)}	235	88
P4	159 ^{*)}	93	96	109 ^{*)}	157 ^{*)}	20
P5	93 ^{*)}	65	11	75	131 ^{*)}	60
P6	22 ^{*)}	11	94	111 ^{*)}	78	85
P7	95 ^{*)}	20	61	203 ^{*)}	112 ^{*)}	51
P8	18 ^{*)}	17	69	144	153	89
P9	27 ^{*)}	20	82	68 ^{*)}	84 ^{*)}	8
P10	40 ^{*)}	49	65	195	156	78
P11	10 ^{*)}	72	6	42 ^{*)}	30	9
P12	54 ^{*)}	97	83	89 ^{*)}	122	18
Rata-rata	-	51,81818	62,83333	125,4	117,375	48,81818
SD	-	30,792	30,256	69,382	70,098	32,848

Keterangan : ^{*)} adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas

Hasil Tes Tugas Situs Kedua Pengujian Akhir

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	76	36	62	149 ^{*)}	207 ^{*)}	10
P2	78	57	85	218 ^{*)}	175	25
P3	93	2	95	274 ^{*)}	425	36
P4	1153 ^{*)}	45	61	150	60	7
P5	126 ^{*)}	85	9	143	116	10
P6	62	38	20	156 ^{*)}	125	22
P7	45 ^{*)}	29	35	156 ^{*)}	187 ^{*)}	21
P8	36	19	72	218 ^{*)}	79	13
P9	13 ^{*)}	62	19	305	70	45
P10	108 ^{*)}	25	96	204	165	97
P11	10 ^{*)}	10	1	111 ^{*)}	72	10
P12	77 ^{*)}	66	62	209	198	67
Rata-rata	69	39,5	51,41	204,83	148,5	30,25
SD	30,093	24,582	33,579	58,403	108,609	27,479

Keterangan : ^{*)} adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas

Hasil Tes Tugas Situs Ketiga Pengujian Akhir

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	11	86	77	155*)	120*)	31
P2	208	77	62	68	144	76
P3	11	66	48	99*)	475	14
P4	84*)	68	97	86	301*)	17
P5	89	31	10	75*)	229	6
P6	93	79	7*	83*)	145*)	18
P7	43*)	96	95	186*)	148*)	27
P8	11	74	31	301*)	212*)	74
P9	42*)	83	44	219*)	254*)	5
P10	35*)	24	144	149*)	422	75
P11	59*)	5	2	46*)	90*)	19
P12	136*)	89	119	120	498*)	55
Rata-rata	70,5	64,27	66,27	91,33	254	34,75
SD	77,943	28,872	44,829	26,407	196,407	27,522

Keterangan : *) adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas



LAMPIRAN 14 – DATA WAWANCARA PENGUJIAN AWAL

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Estetika Pengujian Awal

Pertanyaan : Bagaimanakah pendapat Anda mengenai ketiga situs?	
Partisipan	Hasil Wawancara
P1	Situs kedua lebih menarik. Dari segi warna lebih enak dilihat dan font-nya pas. Selain itu dalam sekali buka langsung terlihat jelas. Dibandingkan dengan Abu Art Shop tampilan, warna, dan pemilihan font-nya biasa. Untuk Situs ketiga sama seperti Abu Art Shop tapi untuk segi ukuran font kurang jelas.
P2	Dari ketigas situs, untuk segi interface situs kedua lebih menarik. Sedangkan untuk situs Abu dan situs ketiga standar <i>template</i> blog.
P3	Abu art shop biasa saja, situs kedua tampilan menarik karena warna sesuai. Untuk situs ketiga terlalu banyak warna apalagi background belakangnya tidak jelas. Pemilihan warna Abu Art Shop seperti terlalu senada. Mungkin lebih baik kalo ditambah animasi agar lebih menarik
P4	Tampilan situs Abu murni blog yang digunakan untuk jualan tidak ada menu jualan yang bagus seperti tokobagus.com. Yang perlu ditingkatkan dari segi warna. Pemilihan warna Abu kurang bagus, pemilihan font kurang bagus. Header yang dipilih kurang bagus. Untuk sidebar lebih baik ditaruh di sebelah kanan dan berisi kategori barang saja agar lebih mudah.
P5	Dari ketiga, situs Abu dan situs Ketiga murni blogspot. Sedangkan situs kedua itu bebas, jadi pilihanku yang kedua yang bebas. Baik dari segi tampilan maupun navigasi. Selain itu situs kedua paling lengkap dan terdapat menu jadi lebih enak.
P6	Abu art shop informasinya lengkap tapi gak enak dimata rasanya membosankan dan monoton, kurang menarik. Tulisannya sudah mudah dibaca tapi kurang enak dibaca. Kaku. Untuk situs kedua sudah lengkap tapi kurang sistematis di kanan kiri ada semua tulisannya juga kesannya full. Dan untuk situs ketiga sudah lengkap, tampilannya statis disitu-situ saja.
P7	Yang pertama, Abu Art shop kurang suka tampilannya karena terlalu blogging banget. Untuk kolom search-nya di atas sendiri jadi tidak terihat. Dan gak ada menu-menunya. Yang situs kedua bagus tapi bentuknya masih blogging tapi gak ada pengkategorianya jadinya susah cari barang. Untuk situs ketiga bagus warnanya putih jadi lebih gampang. Dari ketigas situs, tampilan situs kedua kurang suka karena warnanya hijau.
P8	Abu Art Shop kurang lengkap kategorinya. Situs kedua lebih bagus penyusunan kategori. Pemilihan warna Abu Art Shop tidak nyambung dengan tema barang antik. Berbeda dengan situs kedua warnanya hijau. Untuk ukuran font situs ketiga terlalu kecil dibanding kedua lainnya

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Estetika Pengujian Awal (lanjutan)

Pertanyaan : Bagaimanakah pendapat Anda mengenai ketiga situs?	
Partisipan	Hasil Wawancara
P9	<p>Tampilan Abu Art terlalu simpel jadi kalo mencari deskripsi barang yang ditawarkan kurang lengkap. Apa harus mengunjungi secara langsung ke tokonya? Kalo situs ketiga sudah lengkap tapi navigasinya kurang nyaman.</p> <p>Untuk Abu Art warnanya nyaman cuma kalo situs kedua terlalu kaku dan situs ketiga sudah sesuai dengan tema.</p> <p>Untuk font Abu Art lumayan, situs kedua dia pakai bold lebih jelas cuma kurang enak, kalo situs ketiga sudah pas.</p> <p>Untuk pemilihan warna latar yang cocok lebih baik yang teduh</p>
P10	<p>Situs Abu sama seperti situs blogspot lainnya tidak ada kelebihan. Terdapat alamat, email, contact person, foto barang, dan kategori barang yang banyak. Barang yang ditampilkan membutuhkan scroll yang panjang ke bawah banget. Untuk warnanya netral.</p> <p>Situs kedua tampilan warna lebih menarik karena ada menu-menu beranda, cara pembelian, contact person, kategori, dan konten barang terbaru, lalu ada komentar juga tapi kosong.</p> <p>Situs ketiga sama seperti yang Abu Art, seperti blogspot biasa.</p> <p>Warnanya sudah bagus warna putih tapi background kurang nyambung. Scroll-nya juga terlalu panjang ke bawah</p>
P11	<p>Tampilan situs ketiga yang paling bagus soalnya lebih gampang untuk membacanya yang menggunakan warna putih dan hitam dibandingkan dengan Abu Art Shop. Yang situs kedua sudah enak, tata letaknya menunya tersendiri untuk cara beli dan kategorinya. Cuma scroll terlalu ke bawah. Sedang Abu dia di sebelah kanan semua untuk kategori hingga cara beli.</p>
P12	<p>Abu Art Shop yang paling gak oke. Kalo yang paling bagus situs kedua. Navigasinya jelas, misalnya waktu mau ke home ternyata home ada di bagian paling bawah jadi harus scroll ke bawah terus. Beda dengan situs kedua dia sudah ada menu jadi gampang.</p> <p>Dari segi foto barang, Abu sudah bagus kelihatan nyata. Lecetnya juga kelihatan. Tapi kalo situs kedua fotonya bagus tapi terlihat sudah diedit jadi kesannya gak nyata. Situs ketiga sudah oke fotonya sama seperti Abu. Jadi yang paling jelek foto yang situs kedua karena terlalu bagus jadi kurang dapat dipercayai</p>

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Konten Pengujian Awal

Pertanyaan: Bagaimakah kelengkapan informasi detail setiap barang dan cara pembelian?	
Partisipan	Hasil Wawancara
P1	Pendeskripsian barang dari ketiga situs sudah jelas tetapi untuk Abu Art Shop pendeskripsian barang lebih mendetail. Dan untuk foto barang milik situs ketiga lebih jelas karena pengambilannya dari berbagai sisi barang.
P2	Kelengkapan informasi tempo dulu lebih lengkap baik dari gambar, foto, kondisi, harga, cara pembelian sehingga tidak perlu cari-cari lagi
P3	Untuk Abu deskripsi gambar kurang lengkap. Situs kedua nama barang tidak sesuai pada kategorinya, untuk situs ketiga sudah lengkap dari deskripsi.
P4	Untuk deskripsi barang Abu Art Shop ditambah lagi lebih spesifik seperti kondisi barang dan lebih baik di setiap konten barang terdapat nomor yang dapat dihubungi sehingga lebih mudah. Untuk jaminan barang lebih baik dibuat menu tersendiri karena berlaku untuk keseluruhan situs
P5	Dari ketiga situs, Abu Art lebih lengkap baik definsi, tinggi, dan harga (kalo tidak salah). Untuk fotonya sendiri semua situs sudah lengkap
P6	Untuk informasi baik spesifikasi dan sudah terjual atau belum sudah lengkap untuk Abu Art Shop
P7	Tidak ada komentar
P8	Kelengkapan informasi situs kedua dan ketigasudah lengkap. Kalo Abu Art kurang lengkap, misalnya kategori barang yang terjual/belum susah untuk dibedakan. Kalo yang ketiga sudah lengkap jaminan, pengiriman, maupun pembayaran. Peletakannya juga lebih enak di sidebar bisa langsung terbaca
P9	Untuk deskripsi detail size harus jelas jadi tidak bertanya-tanya misalnya ukurannya berapa bisa masuk paket gak?
P10	Abu Art gambar sudah bagus, keterangan barang sudah memenuhi. Tapi untuk detail pengiriman, jaminan belum ada. Untuk situs kedua sudah lengkap, keterangan jelas, gambar jelas, spesifikasi harga. Dan situs ketiga sudah lengkap tapi untuk asuransinya belum ada.
P11	Informasi yang paling lengkap situs ketiga dan kedua sama-sama lengkap. Kalo Abu harus telepon dulu seperti itu. Situs ketiga sudah lengkap cara beli, pembayaran, pengiriman
P12	Untuk informasi, Abu Art kurang lengkap detail informasi barangnya. Misalnya barang itu masih bisa digunakan ato tidak atau cuma untuk hiasan. Ada alamat tempatnya juga, emailnya juga. Dia juga gak ada detail harganya jadi sangat kurang. Untuk situs kedua informasinya sudah ada kondisi cukup oke, tentang yang punya barang juga. Dan situs ketiga juga sudah detail harga juga.

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Navigasi Pengujian Awal

Pertanyaan : Bagaimakah dengan model pengkategorian barang? Tes tugas manakah yang paling sulit dan apa alasannya?	
Partisipan	Hasil Wawancara
P1	Tidak merasa kesusahan untuk membedakan tautan maupun teks biasa. Tetapi pada semua situs sempat tersesat terlebih saat pencarian barang terlebih jika tidak menggunakan fasilitas search karena kategorinya ada banyak.
P2	Dari keseluruhan tugas yang paling susah adalah pencarian barang dengan ciri-ciri saja. Sehingga walaupun tidak menggunakan search engine tidak terlalu susah. Untuk search engine seperti lazada yaitu menurut kategori, harga, tahun
P3	Pencarian barang pada situs kedua lebih susah karena kategori barang tidak sesuai dengan barannya sehingga tersesat ke kategori yang lain.
P4	Pencarian barang tanpa seach menjengkelkan karena kategori barang ada banyak sehingga malas untuk membuka terus sehingga search yang lebih baik berdasarkan kategori.
P5	Untuk pengkategorian barang ketiga situs kurang semua karena modelnya sama dibagi menjadi dua kategori misalnya kamera dan kamera sold jadinya kurang enak. Dari semua tugas pencarian barang untuk situs Abu Art Shop sangat susah karena kategorinya ada banyak bisa masuk kategori sold atau bukan. Sedangkan untuk search, sebenarnya sudah ada tetapi kita harus pintas-pintar memilih kata. Jadi saat kita menuliskan satu kategori langsung muncul barang yang dicari.
P6	Pencarian barang tanpa search mempersusah pencarian karena kategori barang ada yang terjual dan belum sehingga kesannya ambigu barang yang sudah terjual masih bisa dibeli ato enggak. Jadi kategori yang baik mestinya berdasarkan jenis barangnya dan sudah terjual/belum dijadikan satu saja. Seach yang digunakan mestinya mendetail berdasarkan kategorinya, ukurann, dan harga tertentu jadinya lebih mudah.
P7	Pencarian barang dengan search tetap saja susah. Karena bentuk yang digunakan situs kedua dan ketiga cuma tautan-tautan yang ditampilkan jadi harus buka satu-satu. Lebih baik langsung barangnya saja biar lebih cepet
P8	Sempat bingung membedakan tautan dengan teks biasa karena tidak ada garis bawah berwarna biru penanda tautan, hover. Beberapa juga menipu waktu di-klik ternyata iklan.
P9	Untuk pengkategorian barang sudah bagus semua tapi untuk mencari barang susah karena tiap situs berbeda jadi melebar dan banyak. Selain itu barang terjual dan belum juga dibedakan saja tidak diurutkan
P10	Pengkategorian barang abu sudah lumayan, untuk kategori barang yang laku dan belum sudah dipisahkan. Untuk situs kedua juga sama dipisah untuk barang yang terjual/belum. Tapi untuk situs ketiga barang yang terjual dijadikan satu kategori.

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Navigasi Pengujian Awal (lanjutan)

Pertanyaan : Bagaimakah dengan model pengkategorian barang? Tes tugas manakah yang paling sulit dan apa alasannya?	
Partisipan	Hasil Wawancara
10	Tugas yang paling susah pencarian barang baik menggunakan seach atau tidak. Untuk Abu pengkategorian barangnya sudah pas jadi lebih mudah. Untuk situs kedua ada beberapa yang “miss” jadi saat pencarian barang tidak ketemu. Dan situs ketiga juga masih susah. Sedangkan untuk situs kedua teks biasa atau tautan tidak terlalu susah untuk membedakan
P11	Tugas yang tersusah di situs abu karena kategorinya ada banyak belum tau ada di barang terjual/belum.
P12	Sempat sulit membedakan teks biasa dengan tautan. Jadi yang sudah dikunjungi atau belum tidak bisa dibedakan. Tugas yang tersusah di situs kedua tanpa seach karena kategori barang kebanyakan jika kita bisa saja kelewatan. Misalnya ada yang satu kategori dibedakan terjual/belum jadinya ada banyak dan menghabiskan tempat.

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Arsitektur Pengujian Awal

Pertanyaan: Bagaimakah dengan arsitektur (tata letak) yang diterapkan ketiga situs?	
Partisipan	Hasil wawancara
P1	Cara pembelian barang lebih enak dan jelas diletakkan pada posisi menu seperti situs kedua sehingga lebih jelas dan mudah saat pertama kali melihat.
P2	Dari cara pembelian situs kedua lebih enak karena ditempatkan pada posisi menu yaitu bagian atas. Sedangkan situs lainnya terdapat di bagian bawah maupun sidebar samping sehingga bingung untuk menemukannya
P3	Cara pembelian barang yang diletakkan di sidebar kurang dapat dibaca/kelewatan sehingga lebih baik dibuat menu agar mudah terlihat. Dan untuk menu sendiri lebih baik diisi kategori barangnya seperti situs jual beli Lazada.
P4	Menu sebaiknya berisi kategori, jaminan, kontak. Untuk kategori barang lebih baik dijadikan satu tanpa dibedakan terjual/belum.
P5	Letak kategori Abu Art Shop sudah mudah dilihat tapi lebih ke atas lagi, jadi urutannya kategori terlebih dahulu baru Contact Person
P6	Sempat tertukar antara teks biasa dan teks tautan karena walaupun warnanya berbeda belum tentunya tautan atau hanya untuk terlihat lebih jelas saja.
P7	Posisi kategori yang banyak susah untuk melihat satu-satu. Lebih enak-nya diagak atas saja agar kategori yang banyak dapat terlihat semua

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Desain Arsitektur Pengujian Awal (lanjutan)

Pertanyaan: Bagaimakah dengan arsitektur (tata letak) yang diterapkan ketiga situs?	
Partisipan	Hasil wawancara
P8	Pencarian barang menggunakan search lebih memudahkan pencarian barang. Jadi search yang digunakan lebih baik perkategori yang jelas jadi cepat menemukan. Misalnya saat pencarian kincir angin tanpa search itu terlalu banyak kategorinya jadi harus cari satu per satu walaupun pake ctrl+f tetap tidak ketemu.
P9	Tidak ada komentar
P10	Untuk pengkategorian barang yang bagus mungkin jangan terlalu banyak. Jadi di menu paling atas terdapat menu terjual dan belum baru kemudian ada sub menu barangnya apa saja
P11	Letak kategori barang mudah ditemukan cuma dia urut abjad tidak perkategori misalnya furniture atau yang lain jadi harus diurutkan sendiri.
P12	Pengkategorian barang sudah oke. Cuma terlalu banyak jadinya males kalo mau lihat satu-satu. Misalnya untuk telepon dan barang elektronik dijadikan satu. Dan kalo keramik juga dijadikan satu baru dipecah menjadi submenu. Jadi kategori yang ditampilkan tidak terlalu banyak.

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Saran Perubahan Pengujian Awal

Pertanyaan : Apakah yang perlu diubah / ditambahkan pada antarmuka situs Abu Art Shop?	
Partisipan	Saran Perubahan
P1	Saran yang perlu ditambahkan untuk abu Art shop adalah cara pembelian harus lebih jelas, foto-foto barang ditambah agar lebih memperjelas deskripsi barang, jaminan barang, dan search engine untuk memudahkan pencarian.
P2	Yang perlu diperbaiki untuk Abu yaitu tampilan, desain layout, warna terlalu suram, kelengkapan informasi seperti harga. Mungkin karena sifatnya nego langsung ke pemilik perlu menu yang memudahkan pencarian. Menu yang perlu yaitu cara kembali ke rumah (home), cara pembalian, tentang tokonya sendiri. Sebaiknya situs dibagi menjadi 3 kolom. Untuk sidebar kanan untuk kategori dan sidebar kiri untuk informasi karena tadi ada informasi yang tertutup karena kategori yang banyak
P3	Deskripsi barang, kondisi diperjelas lagi. Jaminan barang jika tidak sesuai dengan gambar dapat dikembalikan/toleransi lain.
P4	Header yang dipilih kurang bagus. Untuk sidebar lebih baik ditarus di sebelah kanan dan berisi kategori barang saja agar lebih mudah.

Hasil Wawancara Pasca-Pengujian Saran Perubahan Pengujian Awal
(lanjutan)

Pertanyaan : Apakah yang perlu diubah / ditambahkan pada antarmuka situs Abu Art Shop?	
Partisipan	Saran Perubahan
P5	Kekurangan abu art shop dibandingkan yang lain pertama tidak ada menu dan warnanya kurang menarik. Lebih baik yang cerah-cerah. Dan tampilannya monoton mengikuti blogspot. Menu yg perlu ditambahkan barang terjual, CP, cara beli. Cara pembelian termasuk juga jaminan.
P6	Informasi yang perlu ditambahkan cara pembelian pasti, alur pengiriman, jaminan keamanan. Yang bisa diletakkan di menu dan di side bar. Tetapi untuk menu rincian lengkap sedangkan sidebar cukup gambar pembayaran dan pengirimannya gimana
P7	Informasi detail yang perlu ditambahkan seperti pada situs ketiga. Sebenarnya situs kedua sudah lengkap tapi beberapa barang ada yang tidak ada harganya. Jadi detail barang yang yang perlu ditambahkan seperti tinggi barang, ukuran spesifik, umur, dan cacat
P8	Pengkategorian mestinya yang terjual dan belum dipisahkan saja. Deskripsi barang yang harus ada kondisi barang, detail, tinggi, warna, asalnya dari mana
P9	Yang perlu ditambahkan informasi detail barangnya biar gak bertanyanya lagi, seperti kapan barangnya dikirim dan sampai jadi tidak bertanyanya-tanya lagi
P10	Informasi yang perlu ditambahkan fitur <i>seach engine</i> dibedakan berdasarkan kategorinya, tahun barang, rentang harga. Dan informasi yang ditambahkan seperti jaminan dan testimonial pembeli lainnya
P11	Informasi cara pembelian, pembayaran Abu Art Shop perlu ditambah lagi walaupun nanti harus telepon lagi ke pihak penjual tapi sebaiknya ditambahkan juga. Untuk pembayaran sendiri sistemnya sudah standart seperti jual beli online umumnya tapi lebih enak lagi kalo ada pihak ketiga seperti tokobagus jadi ada yang mengontrol barang ada dimana Dari deskripsi barang yang lengkap mungkin situs tiga dan dua jika dijadikan satu sudah lengkap. Jadi urutannya itu ukuran barang, harganya, dan cerita barang itu sendiri. Sedangkan Abu dia Cuma detail singkat terjual/belum
P12	Informasi yang ditambah di Abu Art Shop harga barang dan cara pengiriman yang jelas. Karena yang ada di situs tidak jelas harus menghubungi dulu jadi tidak tau harus dikirim atau ada ongkir atau gimana tidak jelas.

LAMPIRAN 15 – DATA PENGUJIAN USULAN PERUBAHAN ANTARMUKA SESI PERTAMA

Hasil Preferensi Sebelum dan Setelah Tes Tugas Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Pertama

Desain	Peringkat Sebelum Tes Tugas						Peringkat Setelah Tes Tugas					
	Partisipan					Rerata	Partisipan					Rerata
	P1	P2	P8	P9	P10		P1	P2	P8	P9	P10	
Estetika	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0
Konten	1	2	2	3	1	1,8	1	1	2	3	1	1,6
Navigasi	1	2	2	1	1	1,4	1	3	1	1	1	1,4
Arsitektur	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0

Nilai *Usability* Per Atribut dan Per Kategori Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Pertama

Kategori	Atribut	Partisipan					Nilai <i>Usability</i> Per Atribut	Nilai <i>Usability</i> Per Kategori	Level <i>Usability</i>
		P1	P2	P8	P9	P10			
<i>Content, Organization, and Readability</i>	1	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,85	0,79	Good
	2	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,85		
	3	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75		
	4	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75		
	5	0,75	0,25	0	1	0,75	0,75		
<i>Navigation and Links</i>	6	0,75	0,5	0,25	0,75	0,75	0,9	0,84	Excellent
	7	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,9		
	8	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,8		
	9	0,5	0,75	0,5	0,25	0,75	0,85		
	10	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75		
<i>Design User Interface</i>	11	0,75	0,5	0,5	0,75	0,5	0,9	0,85	Excellent
	12	0,75	0,75	0,5	1	0,75	0,85		
	13	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,85		
	14	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,8		
	15	0,5	0,5	0,5	0,75	0,75	0,85		
	16	0,5	0,5	0,5	0,5	0,75	0,85		
<i>Performance and Effectiveness</i>	17	0,75	0,75	0,75	0,25	0,25	0,75	0,78	Good
	18	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75		
	19	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,85		

Hasil Tes Tugas Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Pertama

Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	21	15	8	193	270	23
P2	10	17	9	137*)	130*)	11
P8	22	15	15	297*)	196	50
P9	18	60	5	380	50	16
P10	8	8	11	111	302	10
Rata-rata	15,8	23	9,6	228	205,25	22

Keterangan : *) adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas

LAMPIRAN 16 – DATA PENGUJIAN USULAN PERUBAHAN ANTARMUKA SESI KEDUA

Hasil Preferensi Sebelum dan Sesudah Tes Tugas Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua

Desain	Peringkat Sebelum Tes Tugas						Peringkat Setelah Tes Tugas					
	Partisipan					Rerata	Partisipan					Rerata
	P3	P4	P5	P6	P11		P3	P4	P5	P6	P11	
Estetika	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0
Konten	1	3	1	1	1	1,4	1	1	1	1	1	1,0
Navigasi	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0
Arsitektur	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0

Nilai *Usability* Per Atribut dan Per Kategori Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua

Kategori	Atribut	Partisipan					Nilai <i>Usability</i> Per Atribut	Nilai <i>Usability</i> Per Kategori	Level <i>Usability</i>
		P3	P4	P5	P6	P11			
<i>Content, Organization, and Readability</i>	1	0,75	1	1	0,75	1,0	0,9	0,93	Excellent
	2	0,75	1	1	1	1,0			
	3	0,75	1	1	1	1,0			
	4	0,5	1	1	1	1,0			
	5	0,75	1	1	1	1,0			
<i>Navigation and Links</i>	6	0,75	0,75	1	0,75	0,75	0,8	0,87	Excellent
	7	0,75	1	1	0,75	0,75			
	8	0,75	0,75	1	1	0,75			
	9	0,75	0,75	1	1	1,0			
	10	0,75	1	1	1	1,0			
<i>Design User Interface</i>	11	0,75	0,75	1	1	1,0	0,9	0,9	Excellent
	12	0,75	1	1	1	0,75			
	13	0,5	0,75	1	1	1,0			
	14	0,75	0,75	1	1	1,0			
	15	0,75	1	1	1	1,0			
	16	0,75	1	1	1	0,75			
<i>Performance and Effectiveness</i>	17	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,8	0,8	Good
	18	0,75	0,75	1	0,75	0,75			
	19	0,75	1	1	0,75	1,0			


Hasil Tes Tugas Desain Perubahan Antarmuka Pengguna Sesi Kedua


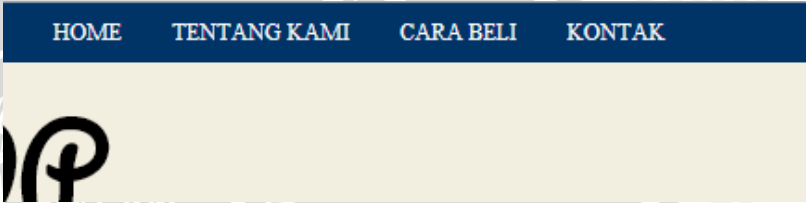

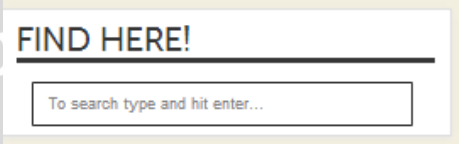
Partisipan	Waktu Penyelesaian Tugas (detik)					
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	Tugas 6
P1	15	12	14	91	112	5 ^{*)}
P2	14	12	8	225	117	116
P8	6	8	58	79 ^{*)}	37	5
P9	5	10	52	83	156	124
P10	5	14	14	66 ^{*)}	276 ^{*)}	9
Rata-rata	9	11,2	27,2	133	105,5	63,5

Keterangan : ^{*)} adalah partisipan gagal menyelesaikan tugas


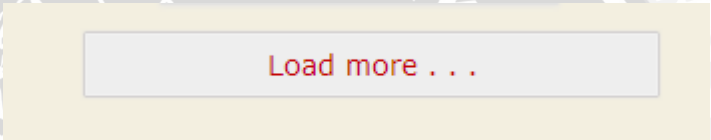

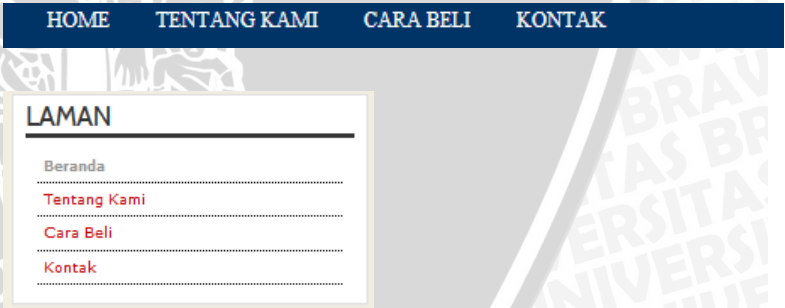
LAMPIRAN 17 – DAFTAR PERUBAHAN ANTARMUKA PERTAMA

No	Desain Awal	Perubahan Antarmuka Pertama
1.	<p>Gambar yang dijadikan header berukuran terlalu besar dan kurang menarik.</p> 	<p>Gambah header diubah menjadi tulisan dengan ukuran yang disesuaikan</p> 
2.	<p>Daftar kategori barang yang diurutkan berdasarkan abjad baik kategori terjual/belum menjadikan terlalu panjang dan letaknya di sidebar kanan menjadikan susah dibaca</p>	<p>Daftar kategori barang diubah menjadi menu horisontal tepat di bawah header. Selain itu, di sidebar kanan juga ditampilkan daftar kategori barang yang dipisah untuk kategori tersedia dan terjual.</p> 




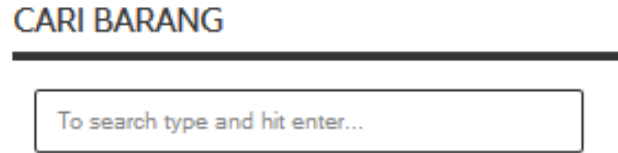
No	Desain Awal	Perubahan Antarmuka Pertama
2	<p>Label</p> <ul style="list-style-type: none"> baju-kebaya (2) baju-kebaya SOLD (12) boneka (5) boneka SOLD (14) botol-botol (4) botol-botol SOLD (6) enamel (1) enamel SOLD (3) foto jadull (1) foto jadull SOLD (10) gelas-gelas-tata'an (2) gelas-gelas-tata'an SOLD (9) guci (2) guci SOLD (5) jam SOLD (9) kacip SOLD (3) kain -- batik (8) kain -- batik SOLD (59) kam aw (1) kam aw SOLD (2) kap lampu (2) kap lampu SOLD (23) karpet SOLD (1) kayu oriental (3) kayu oriental SOLD (23) kayu-ukiran (5) kayu-ukiran SOLD (7) keramik (22) keramik SOLD (104) 	



No	Desain Awal	Perubahan Antarmuka Pertama
3.	<p>Cara Pembelian yang dijadikan satu dengan profil pemilik dan kurang lengkap dan diletakkan di sidebar kanan</p> 	<p>Dibuatkan menu tersendiri untuk cara beli, profil toko, dan kontak yang dapat dihubungi di atas header</p> 
4.	<p>Fasilitas <i>search</i> masih mengikuti bawaan blogspot yang terletak di pojok kanan atas susah ditemukan</p> 	<p>Fasilitas <i>search</i> di letakkan dibagian sidebar kanan agar mudah ditemukan</p> 

No	Desain Awal	Perubahan Antarmuka Pertama
5.	<p>Halaman home terlalu banyak <i>scrolling</i> (gulir) karena setiap <i>posting-an</i> menampilkan semua foto barang</p> 	<p>Hanya satu foto yang ditampilkan untuk setiap barang di halaman home dan dibatasi hanya 6 <i>posting-an</i> barang di halaman home.</p> 

No	Desain Awal	Perubahan Antarmuka Pertama
6.	<p>Untuk melihat <i>posting</i> lebih lama harus me-klik tautan Posting Lama yang terletak dibagian paling bawah sidebar utama sehingga membuat banyak partisipan malas melakukannya karena memerlukan banyak <i>scrolling</i>. Selain itu, penggunaan istilah Posting Lebih Lama dirasa membingungkan dan ambigu bagi partisipan</p> 	<p>Istilah Posting Lebih Baru maupun Posting Lama dihilangkan dan diganti dengan Load More. Tautan ini tetap diletakkan di bagian bawah sidebar utama namun langsung terlihat jelas sehingga tidak memerlukan <i>scrolling</i> yang terlalu panjang.</p> 
7.	<p>Tautan home terletak jauh di bagian bawah situs membuat partisipan kesusahan menemukan tombol untuk kembali ke home</p> 	<p>Tombol home diletakkan dibagian menu paling atas dan sidebra kanan paling bawah</p> 

LAMPIRAN 18 – DAFTAR PERUBAHAN ANTARMUKA FINAL

No.	Perubahan Antarmuka Kedua	Perubahan Antarmuka Final
1.	<p>Kategori barang terjual diletakkan di sidebar kanan. penyusunan kategori barang diurutkan mendatar dengan urutan barang yang paling banak terjual terlebih dahulu.</p>  <p>A screenshot of a sidebar menu. At the top is a grey box with the word 'SOLD' and a small upward arrow. Below it is a list of items in red text: 'keramik SOLD (60) kain -- batik SOLD (50) kristal SOLD (44) piring SOLD (42) tea set dan cangkir SOLD (36) pernik SOLD (35) mebel SOLD (21) satsuma SOLD (20) lampu SOLD (16) kayu oriental SOLD (14) pot SOLD (14) kap lampu SOLD (13) teko SOLD (12) toples SOLD (12) keramik (11) foto jadull SOLD (10) jam SOLD (9) koin kuno SOLD (9) mangkuk</p>	<p>Pada desain perubahan, kategori barang yang terjual dijadikan sub menu barang itu sendiri dan diberikan tambahan istilah SOLD untuk menandakan kategori barang telah terjual.</p>  <p>A screenshot of a navigation menu. The top bar has 'Home', 'Furniture', 'Kain', 'Keramik', 'Kristal', and 'Lampu'. Below 'Furniture', there is a sub-menu with 'Kayu Oriental', 'Kayu Ukiran', 'Kotak Peti', and 'Mebel'. The 'Kayu Oriental' item is highlighted with a red box and the text 'Kayu Oriental SOLD'. A date stamp '29 Nov 2014' is visible on the sub-menu items.</p> <p>Selain itu ditambahkan garis pembatas setiap sub menu dan perubahan warna hover untuk memudahkan pembacaan menu.</p>
2.	<p>Isitlah pencarian barang menggunakan bahasa inggris</p>  <p>A screenshot of a search bar with the text 'FIND HERE!' in bold. Below it is a search input field with the placeholder text 'To search type and hit enter...'</p>	<p>Untuk menyeragamkan penggunaan bahasa, istilah sebelumnya diganti menjadi bahasa Indonesia</p>  <p>A screenshot of a search bar with the text 'CARI BARANG' in bold. Below it is a search input field with the placeholder text 'To search type and hit enter...'</p>

No.	Perubahan Antarmuka Kedua	Perubahan Antarmuka Final			
3.	Bagian footer kosong tidak terdapat informasi apapun untuk memudahkan proses pencarian	<p>Penambahan label kategori semua barang, tautan halaman penting, dan informasi Facebook toko pada bagian footer untuk agar memudahkan proses pencarian serta meminimalisir <i>scrolling</i> yang terlalu panjang</p> <div data-bbox="1106 544 1729 1295" style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #f9f9f9;"> <h3 style="text-align: center;">Daftar Barang</h3> <table border="0" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="vertical-align: top; width: 33%;"> <p>Baju-kebaya</p> <p>Enamel</p> <p>Guci</p> <p>Kap Lampu</p> <p>Keramik</p> <p>Kristal</p> <p>Mainan</p> <p>Mebel</p> <p>Pernik</p> <p>Satsuma</p> <p>Set Tempat Minum</p> <p>Tegel</p> <p>Topeng</p> </td> <td style="vertical-align: top; width: 33%;"> <p>Boneka</p> <p>Foto Jadull</p> <p>Kain -- Batik</p> <p>Kayu Oriental</p> <p>Koin Kuno</p> <p>Lampu</p> <p>Mangkuk</p> <p>Nampun</p> <p>Piring</p> <p>Semprong</p> <p>Setrika Jadul</p> <p>Teko</p> <p>Toples</p> </td> <td style="vertical-align: top; width: 33%;"> <p>Botol-botol</p> <p>Gelas-gelas-tata'an</p> <p>Kam Aw</p> <p>Kayu-ukiran</p> <p>Kotak-peti</p> <p>Lukisan</p> <p>Mangkuk Basi</p> <p>Patung</p> <p>Pot</p> <p>Set Makan</p> <p>Tea Set Dan Cangkir</p> <p>Tempat Buah</p> </td> </tr> </table> <h3 style="text-align: center;">Temukan Kami di Facebook</h3> <p style="font-size: small;">Abu Artshop Malang</p> <div style="display: flex; align-items: center;">   </div> <ul style="list-style-type: none"> • Beranda • Tentang Kami • Cara Beli • Hubungi Kami </div>	<p>Baju-kebaya</p> <p>Enamel</p> <p>Guci</p> <p>Kap Lampu</p> <p>Keramik</p> <p>Kristal</p> <p>Mainan</p> <p>Mebel</p> <p>Pernik</p> <p>Satsuma</p> <p>Set Tempat Minum</p> <p>Tegel</p> <p>Topeng</p>	<p>Boneka</p> <p>Foto Jadull</p> <p>Kain -- Batik</p> <p>Kayu Oriental</p> <p>Koin Kuno</p> <p>Lampu</p> <p>Mangkuk</p> <p>Nampun</p> <p>Piring</p> <p>Semprong</p> <p>Setrika Jadul</p> <p>Teko</p> <p>Toples</p>	<p>Botol-botol</p> <p>Gelas-gelas-tata'an</p> <p>Kam Aw</p> <p>Kayu-ukiran</p> <p>Kotak-peti</p> <p>Lukisan</p> <p>Mangkuk Basi</p> <p>Patung</p> <p>Pot</p> <p>Set Makan</p> <p>Tea Set Dan Cangkir</p> <p>Tempat Buah</p>
<p>Baju-kebaya</p> <p>Enamel</p> <p>Guci</p> <p>Kap Lampu</p> <p>Keramik</p> <p>Kristal</p> <p>Mainan</p> <p>Mebel</p> <p>Pernik</p> <p>Satsuma</p> <p>Set Tempat Minum</p> <p>Tegel</p> <p>Topeng</p>	<p>Boneka</p> <p>Foto Jadull</p> <p>Kain -- Batik</p> <p>Kayu Oriental</p> <p>Koin Kuno</p> <p>Lampu</p> <p>Mangkuk</p> <p>Nampun</p> <p>Piring</p> <p>Semprong</p> <p>Setrika Jadul</p> <p>Teko</p> <p>Toples</p>	<p>Botol-botol</p> <p>Gelas-gelas-tata'an</p> <p>Kam Aw</p> <p>Kayu-ukiran</p> <p>Kotak-peti</p> <p>Lukisan</p> <p>Mangkuk Basi</p> <p>Patung</p> <p>Pot</p> <p>Set Makan</p> <p>Tea Set Dan Cangkir</p> <p>Tempat Buah</p>			