ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE* (*UX*) PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

ENRICO FADILA RAMLI FEBRIAN

NIM : 17200921

Program Studi Teknologi Informasi

Fakultas Teknik dan Informatika

Universitas Bina Sarana Informatika

Jakarta

2024

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada :

Tuhan YME, karena hanya atas izin dan karunia-Nyalah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa.

Orang tua tercinta, yang telah memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi yang tak ternilai sepanjang perjalanan pendidikan saya. Tanpa kalian, saya tidak akan bisa sampai di titik ini.

Pembimbing Reza Fahrozi yang telah membimbing saya di PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. Terima kasih atas bimbingan dalam penelitian ini dengan rasa penuh dukungan dan kesabaran yang telah di tunjukkan

Dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih atas kesabaran dan keahlian yang telah Anda bagikan.

Teman-teman dan sahabat, yang selalu memberikan dukungan moral, kebersamaan, serta semangat dalam setiap langkah yang diambil. Terima kasih telah menemani perjalanan ini dengan penuh keceriaan dan kebersamaan

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI PADA PROGRAM SARJANA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Enrico Fadila Ramli Febrian
NIM	: 17200921
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Teknologi Informasi
Fakultas	: Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi/Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul:

"ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*" Untuk Penjualan Produk Furniture", adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi pada Program Sarjana yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Bina Sarana Informatika dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Januari 2025

Yang Menyatakan,

Enrico Fadila Ramli Febrian

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertandatangan dibawah ini, penulis :

Nama	: Enrico Fadila Ramli Febrian
NIM	: 17200921
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Teknologi Informasi
Fakultas	: Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika

Dan Pihak Perusahaan tempat PKL/Riset :

Nama	: Reza Fahrozi
Jabatan	: Ketua Manajer Marketing & Kreatif
Perusahaan	: PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk

Sepakat atas hal-hal di bawah ini:

PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk menyetujui untuk memberikan kepada penulis dan Nama Institusi Pendidikan Tinggi Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif (Nonexclusive Royalti-Free Right) atas penelitian dalam rangka penyusunan karya ilmiah dengan Judul "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*" yang disusun oleh penulis.

PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk telah menyediakan data dan atau informasi yang diperlukan untuk penyusunan karya ilmiah Penulis. Dalam hal terjadi kesalahan ataupun kekurangan dalam penyediaan data dan atau informasi maka PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk dalam bentuk apapun tidak bertanggung jawab dan tidak dapat dimintakan pertanggungjawaban oleh siapapun termasuk atas materi/isi karya ilmiah penulis atau materi/isi dan publikasi di repository Universitas Bina Sarana Informatika. PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk juga tidak bertanggung jawab atas segala dampak dan atau kerugian yang timbul dalam bentuk apapun akibat tindakan yang berkaitan dengan penggunaan data dan atau informasi yang terdapat pada publikasi yang dimaksud.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Januari 2025

Menyetujui, Penulis,

PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA

Reza Fahrozi

Ketua Manajer Marketing & Kreatif

Enrico Fadila Ramli Febrian

NIM : 17200921

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertandatangan dibawah ini, penulis :

Nama	: Enrico Fadila Ramli Febrian
NIM	: 17200921
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Teknologi Informasi
Fakultas	: Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika

Dan Pihak Perusahaan tempat PKL/Riset :

Nama	: Reza Fahrozi
Jabatan	: Ketua Manajer Marketing & Kreatif
Perusahaan	: PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk

Sepakat atas hal-hal di bawah ini:

PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk menyetujui untuk memberikan kepada penulis dan Nama Institusi Pendidikan Tinggi Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif (Nonexclusive Royalti-Free Right) atas penelitian dalam rangka penyusunan karya ilmiah dengan Judul "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN MOTEDE *DESAIGN THINKING*" yang disusun oleh penulis.

PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk telah menyediakan data dan atau informasi yang diperlukan untuk penyusunan karya ilmiah Penulis. Dalam hal terjadi kesalahan ataupun kekurangan dalam penyediaan data dan atau informasi maka PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk dalam bentuk apapun tidak bertanggung jawab dan tidak dapat dimintakan pertanggungjawaban oleh siapapun termasuk atas materi/isi karya ilmiah penulis atau materi/isi dan publikasi di repository Universitas Bina Sarana Informatika. PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk juga tidak bertanggung jawab atas segala dampak dan atau kerugian yang timbul dalam bentuk apapun akibat tindakan yang berkaitan dengan penggunaan data dan atau informasi yang terdapat pada publikasi yang dimaksud.

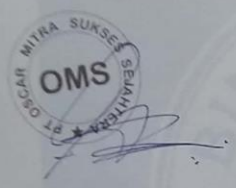
Demikian kesepakatan ini dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Januari 2025

Menyetujui,

PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA



Reza Fahrozi

Ketua Manajer Marketing & Kreatif

Penulis,

Enrico Fadila Ramli Febrian

NIM : 17200921

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Enrico Fadila Ramli Febrian
NIM	: 17200921
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Teknologi Informasi
Fakultas	: Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi	: "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING"*

Telah dipertahankan pada periode 2025-2 di hadapan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana Program Studi Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 9 Januari 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing I : Dahlia M.Kom

DEWAN PENGUJI

Penguji I	: ……..	……
Penguji II	: ……..	……

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Enrico Fadila Ramli Febrian
NIM	: 17200921
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Teknologi Informasi
Fakultas	: Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi	: "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN *MOTEDE DESAIGN THINKING*

Untuk dipertahankan pada periode 2025-2 di hadapan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana Program Studi Sistem Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 9 Januari 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Dosen Pembimbing I : Dahlia M.Kom

DEWAN PENGUJI

Penguji I : ....

Penguji II : ....

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Enrico Fadila Ramli Febrian
NIM	: 17200921
Jenjang	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Teknologi Informasi
Fakultas	: Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi	: Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi	: Analisis Kepuasan Pengguna User Experince (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk. Menggunakan Motede Desaign Thinking

Telah dipertahankan pada periode 2024-2 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana (S1) Program Studi Teknologi Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 05 Februari 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I : Dahlia, M.Kom. 12/3/25

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Muhammad Muharrom, M.Kom. .....

Penguji II : Hafdiarsya Saiyar, S.T., M.Kom. .....

	LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI
	UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

NIM : 17200921

Nama Lengkap : Enrico Fadila Ramli Febrian

Dosen Pembimbing I : Dahlia, M.Kom

Judul Skripsi : "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*"

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing I
1.	18 November 2024	Pengajuan Judul	
2.	25 November 2024	Periksa Bab 1	
3.	25 November 2024	Periksa Bab 2	
4.	25 November 2024	Periksa Bab 3	
5.	20 Desember 2024	Periksa Bab 4	
6.	20 Desember 2024	Periksa Bab 5	
7.	7 Januari 2024	Periksa seluruh Bab	
8.	9 Januari 2024	Acc Sidang	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 11 November 2024
Diakhiri pada tanggal : 09 Januari 2025
Jumlah pertemuan bimbingan : 8 (Delapan)

Disetujui oleh,
Dosen
Pembimbing I

Dahlia, M.Kom

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

NIM : 17200921

Nama Lengkap : Enrico Fadila Ramli Febrian

Dosen Pembimbing I : Dahlia, M.Kom

Judul Skripsi : "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN MOTEDE *DESAIGN THINKING*"

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing I
1.	18 November 2024	Pengajuan Judul	
2.	25 November 2024	Periksa Bab 1	
3.	25 November 2024	Periksa Bab 2	
4.	25 November 2024	Periksa Bab 3	
5.	20 Desember 2024	Periksa Bab 4	
6.	20 Desember 2024	Periksa Bab 5	
7.	7 Januari 2024	Periksa seluruh Bab	
8.	9 Januari 2024	Acc Sidang	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 11 November 2024
Diakhiri pada tanggal : 09 Januari 2025
Jumlah pertemuan bimbingan : 8 (Delapan)

Disetujui oleh,
Dosen
Pembimbing I

7/1 25

Dahlia, M.Kom

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi sarjana yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*" adalah hasil karya tulis asli Enrico Fadila Ramli Febrian dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku dilingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : Enrico Fadila Ramli Febrian

Alamat : Jl. Gg Langgar RT.07/10 No.58 Jakarta Timur

No Telp : 081383518582

E-mail : enricofadila02@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*".

Skripsi ini disusun untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengguna *User Experience* (*UX*) pada website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk dalam meningkatkan penjualan produk furniture. Di era digital saat ini, sebuah website tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai platform yang menentukan keberhasilan bisnis dalam meraih perhatian dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Bapak/Ibu pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Kepada Pihak PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini di perusahaan. Terima kasih atas data, informasi, dan dukungan yang telah diberikan selama penelitian.

Keluarga, teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan moral yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan dalam setiap langkah perjalanan akademik saya. Terima kasih atas segala dukungan yang tak ternilai.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi dunia akademik dan praktik, khususnya dalam pengembangan pengalaman pengguna (*UX*) pada website e-commerce khususnya di PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk yang mempengaruhi penjualan produk furniture.

ABSTRAKSI

Enrico Fadila Ramli Febrian, 17200921. “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA *USER EXPERINCE (UX)* PADA WEBSITE PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*”. Pengalaman pengguna User Experince menjadi aspek elemen penting dalam pengembangan website yang berfungsi sebagai platform utama dalam transaksi bisnis pada website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk. Rumusan masalahnya adalah Proses penjualannya yang masih secara manual, sehingga masalah yang dialami perusahaan adalah membuat perusahaan membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan proses penjualan sehingga memperbesar kemungkinan kesalahan dalam pengolahan data-data transaksinya serta diperlukannya waktu yang lama untuk membuat laporan dan sedikitnya Customer karena harus datang langsung ke lokasi, hal ini akan terasa sulit bagi Customer yang posisinya jauh dari lokasi. perancangan tersebut juga menggunakan metode *Design Thinking* yang merupakan metode dengan memfokuskan pada pengalaman dan kebutuhan pengguna untuk memecahkan sebuah masalah menjadi solusi yang dikembangkan menjadi ide inovasi. Dengan adanya perancangan ini dapat memaksimalkan proses penjualan dan data penjualan, Membuat sistem penjualan yang mudah digunakan dan mudah dipahami, Mengetahui laba dan rugi pada PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

Kata Kunci : Website, Analisis *User Experience* (*UX*), *Design Thinking*, Penjualan

ABSTRACT

Enrico Fadila Ramli Febrian, 17200921. "USER SATISFACTION ANALYSIS USER EXPERIENCE (UX) ON THE WEBSITE OF PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. USING THE DESAIGN THINKING METHOD". User experience User Experience is an important element aspect in website development that functions as the main platform in business transactions on the website of PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk. The formulation of the problem is the sales process is still manual, so the problem experienced by the company is that it makes the company take a long time in carrying out the sales process, increasing the possibility of errors in processing transaction data and it takes a long time to make reports and few Customers because they have to come directly to the location, this will be difficult for Customers who are far from the location. the design also uses the Design Thinking method which is a method that focuses on the experience and needs of users to solve a problem into a solution that is developed into an innovative idea. With this design, it can maximize the sales process and sales data, Create a sales system that is easy to use and easy to understand, Know the profit and loss at PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

Keywords: Website, User Experience (UX) Analysis, Design Thinking, Sales

UNIVERSITAS

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR 4
DAFTAR ISI 7
DAFTAR SIMBOL 10
DAFTAR GAMBAR 11
DAFTAR TABEL 12
BAB I 14
PENDAHULUAN 14
1.1 Latar Belakang Masalah 14
1.2 Identifikasi Permasalahan 15
1.3 Maksud dan Tujuan 19
1.4 Metode Penelitian 21
1.5 Ruang Lingkup 22
1.6 Hipotesis 23
LANDASAN TEORI 24
2.1. Tinjauan Pustaka 24
2.1.1 Pengertian *Shopify* 24
2.1.2 User Experience (*UX*) 24
2.1.3 Design Thinking 27
2.1.4 Pengertian E-Commerce 29
2.1.5 Studi tentang *UX* pada Website *E-Commerce* 29
2.1.6 Komponen *UX* pada Website Penjualan Furniture 30
2.2. Penelitian Terkait 31
2.3. Tinjauan Organisasi/Objek Penelitian 34
2.3.1 Sejarah PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. 35
2.3.2 VISI dan MISI 35
2.3.3 Struktur Organisasi 36
BAB III 39
METODOLOGI PENELITIAN 39
3.1. Tahapan Penelitian 39
1. Identifikasi masalah 40

2. Studi Literatur 40
3. Menentukan metode penelitian 40
4. Pengumpulan data 41
5. Pengelolahan Data 41
6. Pembahasan 41
7. Kesimpulan 41
3.2. Instrumen Penelitian 42
1. Data Premier 44
2. Data Sekunder 44
3.3. Metode Pengumpulan Data, Populasi, dan Sample Penelitian 45
3.3.1 Metode Pengumpulan Data 45
3.3.2 Variabel dan Indikator 45
3.3.3 Populasi 45
3.3.4 Sample Penelitian 46
3.4 Metode Analisis Data 46
3.4.1 Analisis Statistik Kuantitatif 46
3.4.2 Uji Validitas 47
3.4.3 Uji Reliabilitas 47
3.4.4 Uji Normalitas 47
3.4.5. Uji Multikolinearitas 48
3.4.6 Uji T 48
3.4.7 Uji F 49
3.4.8 Uji Koefisien Determinasi 49
3.4.9 Uji Hipotesis 50
BAB IV 51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 51
4.1. Tampilan Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk. 51
4.1.1 Halaman Utama Website 51
4.1.2 Kategori Produk Penjualan 52
4.1.3 Halaman Keranjang 52
4.1.5 Halaman Pembayaran 54
4.2. Karakeristik dan Profil Responden 54
4.2.1 Pengguna Berdasarkan Jenis Kelamin 54
4.2.2 Pengguna Berdasarkan Usia 55

4.2.3 Pengguna Berdasarkan Lama Penggunaan 56
4.3 Indeks Tanggapan Responden 57
4.3.1. Empathize 57
4.3.2. Define 58
4.3.4. Prototype 60
4.3.5. Test 61
4.3.6. Kepuasan Pengguna 62
4.4 Pengujian Analisis Data 63
4.4.1 Uji Validitas 63
4.4.2 Uji Realibilitas 67
4.4.3. Uji Normalitas 67
4.4.4. Uji Multikolinearitas 69
4.4.5. Uji Heteroskedastisitas 70
4.4.6. Uji T 71
4.4.7. Uji F 73
4.4.8. Uji Koefisien Determinasi 74
4.4.9. Uji Hipotesis 75
BAB V 76
PENUTUP 76
5.1 Kesimpulan 76
5.2 Saran 77
DAFTAR PUSTAKA 78

UNIVERSITAS

DAFTAR SIMBOL

	Digunakan untuk menggambarkan proses pemanggilan sub program dari main program (recursivitas).
	Digunakan untuk menggambarkan hubungan proses dari satu proses ke proses lainnya

BINA SARANA INFORMATIKA
UNIVERSITAS

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Metode Design Thinking 27
Gambar II. 2 Struktur Organisasi 36
Gambar III. 1 Tahapan Penelitian 39
Gambar IV. 1 Halaman Login 51
Gambar IV. 2 Kategori Produk 52
Gambar IV. 3 Halaman Keranjang 52
Gambar IV. 4 Halaman Pembelian Produk 53
Gambar IV. 5 Halaman Pembayaran 54
Gambar IV. 6 Presentase berdasarkan jenis kelamin 55
Gambar IV. 7 Presentase berdasarkan usia 55
Gambar IV. 8 Presesntase berdasarkan lama pengguna 56

BINA SARANA INFORMATIKA
UNIVERSITAS

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Indikator Skala Likert 42
Tabel III. 2 Instrumen Pertanyaan Penelitian..... 42
Tabel IV. 1 Presentase jenis kelamin responden..... 55
Tabel IV. 2 Presentase usia responden..... 56
Tabel IV. 3 Presentase lama pengguna website 57
Tabel IV. 4 Indeks tanggapan responden Empathize..... 57
Tabel IV. 5 Indeks tanggapan responden Define 58
Tabel IV. 6 Indeks tanggapan responden Ideate 59
Tabel IV. 7 Indeks tanggapan responden Prototype 60
Tabel IV. 8 Indeks tanggapan responden Test 61
Tabel IV. 9 Indeks tanggapan responden Kepuasan Pengguna 62
Tabel IV. 10 Hasil uji validitas Empathize 63
Tabel IV. 11 Hasil uji validitas Define 64
Tabel IV. 12 Hasil uji validitas Ideate 64
Tabel IV. 13 Hasil uji validitas Prototype..... 65
Tabel IV. 14 Hasil uji validitas Test 65
Tabel IV. 15 Hasil uji validitas Kepuasan Pengguna..... 66
Tabel IV. 16 Hasil Uji Realibilitas..... 67
Tabel IV. 17 Hasil Uji Normalitas 68
Tabel IV. 18 Hasil Uji Multikolinearitas 69
Tabel IV. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas 70
Tabel IV. 20 Hasil Uji T 72
Tabel IV. 21 Hasil Uji F..... 73
Tabel IV. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 82
Lampiran 2 Data SPSS 90
Lampiran 3 Data Indeks Google Form 96
Lampiran 4 Data Tabulasi 104

UNIVERSITAS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Website furniture merupakan salah satu platform yang penting dalam mendukung penjualan produk-produk furniture. Dengan perkembangan teknologi digital, semakin banyak pelanggan yang mengandalkan internet untuk mencari, membandingkan, dan membeli furniture secara online. Namun, banyak website furniture yang belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pengguna, yang berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis.

Dalam era digital saat ini, website telah menjadi salah satu platform utama untuk mempromosikan dan menjual produk furniture. Pengalaman pengguna *(User Experience (UX)* yang baik pada sebuah website furniture sangat penting untuk menarik pelanggan, memberikan informasi yang mereka butuhkan, dan mempermudah proses transaksi.

Konsumen modern menginginkan pengalaman belanja yang mudah, cepat, dan efisien. Website furniture ini terdapat beberapa kendala dengan navigasi yang rumit, kecepatan loading yang lambat, atau proses checkout yang panjang cenderung ditinggalkan oleh pengguna. Website furniture sering kali gagal memberikan rekomendasi yang relevan atau pengalaman yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi pengguna. Hal ini membuat pengguna merasa tidak diperhatikan, sehingga menurunkan loyalitas pelanggan.

Website Furniture ini juga memiliki kekurangan yang terdapat pada proses setelah pembelian, pelanggan tidak bisa melihat review dan memberikan ulasan kepuasan pembelian belanja di website Furniture ini.

Salah contoh satu fasilitas yang kita bisa manfaatkan dengan internet adalah dalam bidang penjualan atau e-commerce yang dimana ini sangat bisa memberi kemudahan dalam penjualan barang, khususnya di dalam pandemi sekarang ini. Sistem penjualan online sangat ramai karena, bisa membantu mengenalkan produk yang kita punya untuk dijual maka kita tidak heran banyak bisnis atau perusahaan sekarang yang memanfaatkan penjualan online atau ecommerce ini. (Ochktavia & Hayuningtyas, 2022)

Oleh karena itu, aspek *UX (User Experience)* dalam pengembangan sebuah aplikasi memiliki peran penting dengan tujuan agar pengguna dapat merasakan kenyamanan dalam mengakses fitur yang tersedia. Pada penelitian ini, metode yang diterapkan adalah *Design Thinking* Design thinking memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Design thinking adalah cara berpikir dan bekerja serangkaian metode yang sederhana dan jelas, dengan design thinking dapat membantu kita mengamati dan mengembangkan empati untuk target pengguna. (Sudarta, 2022)

1.2 Identifikasi Permasalahan

Dalam konteks Beberapa permasalahan *UX* yang sering muncul pada toko online yang menggunakan platform E-Commerce Shopify untuk produk furniture meliputi berbagai aspek dari desain, fungsionalitas, dan interaksi pengguna. Berikut adalah identifikasi permasalahan yang mungkin muncul serta pengaruhnya pada penjualan produk furniture:

1. Tampilan dan Desain yang Tidak Responsif

   Tampilan dan desain yang tidak responsif pada dapat mengurangi kenyamanan pengunjung, menghambat konversi, dan berdampak pada penurunan penjualan produk furniture. Oleh karena itu, sangat penting untuk memilih tema responsif yang memastikan pengalaman pengguna tetap optimal di semua perangkat, terutama di perangkat mobile. Responsive web design merupakan suatu konsep tampilan website yang akan menyesuaikan layar browser untuk menampilkan sebuah website (M. Soekarno, Putra, 2022). E-marketing memberikan kemudahan dan keuntungan lebih bagi perusahaan, pelanggan dan mitra bisnis perusahaan. Melihat media pemasaran yang masih bersifat konvensional maka dibangunlah aplikasi online design web responsive online sebagai penunjang media pemasaran dengan menggunakan metode *prototype*. (Agustian et al., 2021)

2. Menganalisa Belanja Pengguna

   Desain navigasi yang rumit merujuk pada struktur antarmuka pengguna yang memiliki banyak elemen dan pilihan yang saling terhubung, sehingga bisa membingungkan atau sulit digunakan oleh pengguna, terutama jika tidak dirancang dengan baik. Desain navigasi yang rumit biasanya terjadi pada situs web atau aplikasi dengan banyak kategori, submenu, dan opsi yang sulit dipahami. Banyak sistem yang ada saat ini menghadapi masalah antarmuka pengguna yang tidak intuitif, yang menyebabkan kesulitan navigasi dan ketidakpuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang antarmuka pengguna sistem informasi akademik menggunakan metode *Design*

Thinking, yang berfokus pada pendekatan berpusat pada pengguna. (Prayitno et al., 2024)

3. Fitur Barang yang Tidak Efektif

   Fitur barang yang tidak efektif dapat mengganggu pengalaman pengguna (*UX*) dan menyebabkan frustrasi, terutama jika pengguna kesulitan menemukan produk, informasi, atau konten yang mereka cari. Fitur filter yang buruk dapat menghambat efisiensi pencarian dan membingungkan pengguna. Desain sistem yang dibangun harus memperhatikan User Experience (*UX*) agar menarik dan sesuai dengan kenyamanan pengguna serta memberikan gambaran nyata dari sistem informasi pengarsipan dokumen. (Kresna A & Yuliana, 2022)

4. Keluhan Menyelesaikan Transaksi

   Keluhan mengenai waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi, termasuk proses pembayaran dan pengiriman. Terlalu banyak tahapan pembayaran dengan mengisi formulir yang pajang serta kompleks sehingga menyebabkan pengguna atau pembeli merasa kesusahan untuk bertransaksi lebih lanjut. Pada saat bertransaksi juga terdapat Eror sistem yang terjadi dan metode pembayaran yang terbatas oleh karena itu perlunya Pengalaman Pengguna User Experince (*UX*) agar terdapat perbaikan terhadap Website tersebut.

5. Kurangnya Informasi atau Ulasan Produk

   Kurangnya Informasi atau Ulasan Produk adalah masalah besar dalam desain pengalaman pengguna *User Experince (UX)*, khususnya di situs e-commerce atau platform yang menjual barang secara online. Ketika pengguna tidak memiliki informasi yang cukup atau ulasan dari pengguna lain, mereka mungkin merasa tidak yakin dalam membuat keputusan pembelian. *User Experience (UX)* menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk.

   Oleh karena itu, perusahaan perlu berfokus pada pengguna yang akan menggunakan produknya. Untuk dapat memahami segala kebutuhan dan permasalahan yang berkaitan dengan pengalaman.

   pengguna, diperlukan sebuah pendekatan yang dapat memberikan strategi untuk menghasilkan produk dan layanan yang ideal untuk kepuasan konsumen yaitu *design thinking* (Nurliana et al., 2022)

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud utama dari penulisan skripsi ini adalah untuk Untuk menganalisis sejauh mana pengalaman pengguna (*UX*) di website furniture mempengaruhi keputusan pembelian, kepuasan pengguna, dan tingkat konversi penjualan.

1.3.1 Tujuan.

1. Meningkatkan Daya Saing di Pasar

   Website furniture dengan pengalaman pengguna yang superior dapat menjadi pembeda utama dalam pasar yang kompetitif. Bisnis yang memperhatikan *UX* lebih baik dari pesaingnya memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan pangsa pasar.

2. Menyesuaikan Strategi Pemasaran dengan Preferensi Pengguna

   Dengan memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan website dan elemen *UX* tertentu, bisnis furniture dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Misalnya, bisnis dapat memanfaatkan data tentang produk yang sering dicari atau dibeli bersama, untuk merancang promosi yang lebih relevan dan menarik bagi pelanggan.

3. Mengoptimalkan Fitur Pencarian dan Filter Produk

   Penelitian ini dapat membantu untuk meningkatkan fungsi pencarian dan filter produk pada website furniture. Fitur pencarian yang efisien dan filter produk yang tepat sangat penting untuk membantu pengguna

menemukan produk yang sesuai dengan preferensi mereka, meningkatkan kepuasan, dan mempercepat proses pembelian.

4. Mengurangi Biaya Promosi dan Pemasaran

   Website dengan pengalaman pengguna yang lebih baik cenderung meningkatkan tingkat retensi pengguna tanpa memerlukan biaya pemasaran yang besar. Kepuasan pengguna yang tinggi juga dapat mengurangi ketergantungan pada iklan berbayar dan mempromosikan pertumbuhan organik melalui rekomendasi pengguna.

BINA SARANA INFORMATIKA
UNIVERSITAS

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

   Observasi langsung terhadap perilaku pengguna saat mereka mengakses dan berinteraksi dengan website furniture. Peneliti dapat merekam sesi pengguna untuk mempelajari bagaimana mereka menavigasi website dan menemukan produk. Untuk memahami bagaimana pengguna sebenarnya berinteraksi dengan website, serta mengidentifikasi masalah *User Experince* (*UX*) yang mungkin tidak terungkap dalam survei atau wawancara.

2. Wawancara

   Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan supervisior pengguna yang representatif. Wawancara ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perasaan dan pengalaman pengguna ketika menjelajahi website furniture. Untuk menggali pandangan dan opini lebih mendalam tentang elemen-elemen *UX* tertentu, seperti desain, fungsi pencarian, atau kualitas gambar produk.

3. Studi Pustaka

   Metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, membaca, dan menganalisis berbagai sumber referensi atau literatur yang relevan dengan topik penelitian terpercaya lainnya yang berkaitan dengan subjek penelitian yang relevan dengan perancangan *User Experience* (*UX*) sebuah website.

4. Pengujian Usabilitas (*Usability Testing*)

Pengujian ini dilakukan dengan meminta pengguna untuk menyelesaikan tugas tertentu di website, seperti mencari produk atau menyelesaikan pembelian, sambil menilai seberapa mudah atau sulitnya tugas tersebut.

1.5 Ruang Lingkup

1. Navigasi yang Mudah

Menu dan Kategori Produk yang Jelas, pengguna harus dapat dengan mudah menemukan kategori produk yang mereka cari, seperti kursi, meja, sofa, lemari, dan sebagainya. Fitur Pencarian yang Efisien, mesin pencari internal yang memungkinkan pengguna untuk menemukan produk berdasarkan kata kunci, ukuran, bahan, warna, atau harga.

2. Analitik dan Pengujian *UX*

Melakukan analitik untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs, apa yang mereka cari, dan titik-titik di mana mereka mungkin meninggalkan situs. Uji Melakukan pengujian desain untuk melihat elemen mana yang lebih efektif dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan konversi penjualan.

3. Optimasi untuk Pengalaman Pengguna yang Lebih Baik

Pengalaman yang Personal, Penggunaan data pengguna (dengan izin) untuk menawarkan pengalaman yang lebih dipersonalisasi, seperti rekomendasi produk berdasarkan pencarian atau pembelian sebelumnya.

1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitiam dimana diperlukan data dan interpretasi data untukmenguji kebenaran hipotesis tersebut (Husein Umar, 2020). Oleh karena itu perumusan hipotesis sangat tergantung pada perumusan masalahnya

Ada beberapa hipotesis yang terkait dengan penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang berikut :

H0: "Pengguna Merasa Tidak Puas terhadap Website *OscarLiving.co.id*

H1: "*Empathize* dari Website *OscarLiving.co.id* berpengaruh besar terhadap kepuasan pengguna saat memebeli Produk di Jakarata"

H2: "*Define* dari Website *OscarLiving.co.id* berpengaruh besar terhadap kepuasan pengguna saat memebeli Produk di Jakarata"

H3: "*Ideate* dari Website *OscarLiving.co.id* berpengaruh besar terhadap kepuasan pengguna saat memebeli Produk di Jakarata"

H4: "*Prototype* dari Website *OscarLiving.co.id* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna saat memebeli Produk di Jakarata"

H5: "*Test* dari Website *OscarLiving.co.id* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna saat memebeli Produk di Jakarata"

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian *Shopify*

Shopify adalah *platform e-commerce* yang populer yang memungkinkan Kita untuk membuat dan mengelola toko online. Ini dirancang untuk mempermudah proses penjualan produk atau layanan secara online Meskipun perusahaan ini didirikan pada tahun 2006, kisah Shopify benar-benar dimulai pada tahun 2004. Tiga sahabat di Ottawa, Kanada, Tobias Lütke, Daniel Weinand, dan Scott Lake,. Shopify menawarkan berbagai alat dan fitur yang memungkinkan Kita untuk membangun toko online yang sesuai dengan kebutuhan Kita. Shopify dapat mempromosikan dan menjual di platform sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube. Perluas jangkauan Anda dengan melayani pelanggan internasional , dan hubungkan katalog Anda dengan pasar termasuk Amazon, Walmart, Target Plus, dan Etsy. Shopify dikirimkan dengan tingkat keamanan infrastruktur tertinggi, menjadikannya platform yang sangat aman bagi pelanggan perusahaan dan pedagang kecil.

2.1.2 User Experience (*UX*)

1. Pengertian *User Experience (UX)*

User experience adalah pengalaman pengguna saat menggunakan suatu produk. Istilah ini memiliki cakupan yang sangat luas karena bisa mencakup kemudahan penggunaan produk hingga relevansi konten yang didisplay. Output dari *UX* ini bisa bagus ataupun jelek. Pengertian *UX* atau User Experience memang tidak terlalu jauh berbeda dengan

UI. Perbedaannya terletak pada fokus utama hubungan komunikasi antara pengguna dengan programnya, yakni berfokus pada pengalaman penggunanya. *User experience* (*UX*) sesuai artinya dalam bahasa indonesia "pengalaman pengguna" adalah pengalaman yang diberikan website atau software kepada penggunanya agar interaksi yang dilakukan menarik dan menyenangkan.(Himawan, Hidayatulah and Yanu F, 2020)

2. Manfaat User Experience

Pemilik bisnis yang menggunakan aplikasi dan situs untuk berinteraksi dengan pelanggan perlu mempertimbangkan *UX* dengan baik. Alasannya, user experience punya banyak manfaat yang pastinya berdampak positif bagi bisnis. Apa saja manfaatnya?

1. Memberikan Informasi yang Jelas

Jika UI fokus terhadap tampilan, maka *UX* harus mampu memuaskan pelanggan sesuai kebutuhannya. Untuk itulah, desainer perlu menampilkan informasi dengan jelas. Alasannya agar pengguna tidak mengalami kebingungan dan bisa memahami informasi dengan lebih baik.

2. Meningkatkan ROI

Bisnis yang berorientasi pada profit tentu akan fokus menghasilkan uang. Dengan memanfaatkan user experience yang terkonsep dengan baik, pelanggan akan berinteraksi lebih banyak, membeli, dan kembali untuk berbelanja lebih sering.

3. Meningkatkan Reputasi Merek

User experience akan berdampak langsung terhadap reputasi suatu merek. Bahkan ketika suatu produk sudah punya reputasi baik, *UX* yang buruk akan merusak reputasi tadi. Jadi, berinvestasilah pada desain *UX* terbaik untuk meningkatkan reputasi merek.

4. User Engagement

Cara terbaik untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan adalah interaksi langsung dengan pengguna produk. User experience yang bagus akan membuat pelanggan loyal dan merekomendasikan produk pada orang lain secara sukarela.

5. Mengurangi Biaya Pengembangan dan Dukungan

Investasi dalam *UX* pada tahap awal pengembangan produk dapat mengurangi biaya perbaikan di masa depan. Produk yang intuitif dan mudah digunakan juga mengurangi kebutuhan untuk dukungan teknis yang ekstensif.

6. Meningkatkan Efisiensi dan Produktivitas

Desain *UX* yang baik memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan tugas dengan lebih cepat dan dengan usaha yang lebih sedikit. Ini meningkatkan efisiensi dan produktivitas, terutama dalam lingkungan kerja atau aplikasi bisnis.

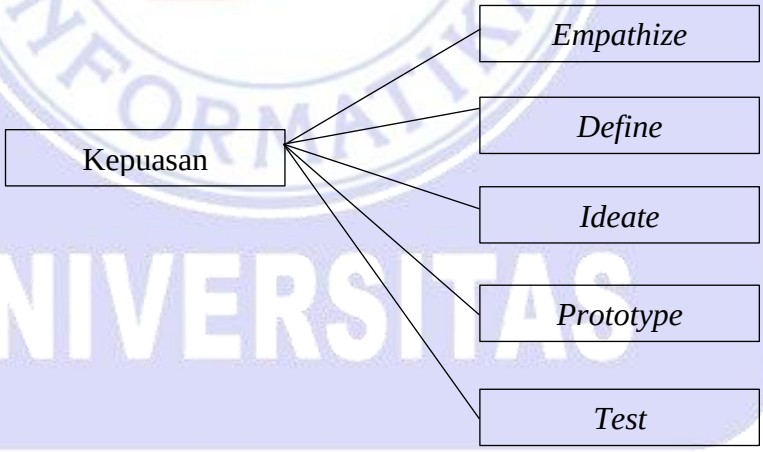
7. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Perusahaan yang fokus pada *UX* memiliki keunggulan kompetitif karena mereka menawarkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Ini dapat menjadi faktor pembeda utama di pasar yang kompetitif.

2.1.3 Design Thinking

Design thinking adalah suatu pendekatan yang memfokuskan pada pemecahan masalah dengan melibatkan pengguna secara aktif dalam proses pemikiran. Pendekatan ini menggunakan perspektif pengguna sebagai titik fokus utama dalam mengatasi masalah (Anisah Garno, 2024).

Gambar II. 1 Metode Design Thinking



Sumber : Hasil Peneliti, 2024

Design Thinking tersebut terbilang cukup efektif untuk membantu dalam menyelesaikan masalah yang tidak jelas dengan melakukan sebuah reframing. Reframing adalah cara untuk menyelesaikan permasalahan

dengan berpusat pada manusia, menciptakan ide melalui sistem brainstorming, serta mengadopsi beberapa pendekatan langsung seperti pembuatan *prototype* dan tahap pengujian (Ardila et al., 2022) dan terdapat 5 tahapan dalam pendekatan *design thinking* yang meliputi:

1. *Empathize*, Tahap awal sebuah pendekatan yang berpusat pada pengguna (*user-centered approach*) untuk memecahkan masalah diman desainer memahami masalah, kebutuhan, dan pengalaman pengguna. .

2. *Define*, Menganalisis hasil dari tahap *Empathize* untuk merumuskan permasalahan yang ingin dipecahkan.

3. *Ideate*, Mengumpulkan ide-ide kreatif untuk solusi masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Peneliti mengumpulkan ide-ide sebagai pemecahan masalah berdasarkan tahapan define. Selanjutnya dirancang solusi cara penyelesaian masalah dari pengguna yang dibuat dalam bentuk tabel daftar pemecahan masalah. ide dan solusi dijadikan acuan dalam pembuatan prototype (Hidayat et al., 2024).

4. *Prototype*, Implementasi ide-ide solusi menjadi desain yang responsif terhadap kebutuhan pengguna, dengan tujuan memperbaiki kesalahan lebih awal.

5. *Test*, Pengujian *prototype* oleh pengguna untuk mendapatkan masukan yang berharga, mengevaluasi sejauh mana solusi memenuhi kebutuhan, dan memperbaiki lebih lanjut sebelum pengembangan produk secara menyeluruh.

2.1.4 Pengertian E-Commerce

Penjualan sering kali diartikan sebagai kegiatan menawarkan produk baik barang dan jasa kepada konsumen yang menghasilkan laba (Destiani & Zainuddin 2020). Saat ini penjualan secara online menjadi salah satu upaya yang dilakukan setiap perusahaaan untuk meningkatkan penjualannya dengan memanfaatkan gadget. *E-commerce (Elektronik Commerce)* atau dalam bahasa indonesia Perdagangan Secara *Elektronik* adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya

Sebuah website e-commerce dapat memberikan keunggulan kompetitif dan memperluas jangkauan pasar penjual melalui platform jual beli online (Adiningati, n.d.)

2.1.5 Studi tentang *UX* pada Website *E-Commerce*

User Experience (*UX*) dalam konteks website sangat penting untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan efisien bagi pengguna. Dalam pengembangan aplikasi *e-commerce*, aspek *UX* berperan dalam membangun interaksi yang baik antara pengguna dan aplikasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan retensi dan loyalitas pengguna (Blibli & Metode, 2024). *User experience* dapat menilai seberapa kepuasan dan nyamanan seseorang pengguna terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa

2.1.6 Komponen *UX* pada Website Penjualan Furniture

1. Kemudahan Navigasi (*Ease of Navigation*)

Layout-nya harus jelas dan mudah dimengerti, memungkinkan pelanggan menemukan informasi yang mereka cari tanpa kesulitan. Struktur menu yang logis dan sistem navigasi yang konsisten sangat penting. Navigasi yang jelas dan intuitif mempermudah pengguna dalam berinteraksi, baik dalam proses pemesanan maupun dalam melihat menu produk yang ditawarkan. Elemen visual yang menarik dan penempatan informasi yang strategis di halaman beranda juga dapat meningkatkan daya tarik pengguna (History et al., 2024)

2. Visual dan Presentasi Produk

Gambar berkualitas tinggi dapat menampilkan foto produk dari berbagai sudut, termasuk zoom-in untuk detail seperti tekstur atau bahan. Deskripsi produk yang lengkap dapan menjelaskan ukuran, material, warna, harga, dan stok ketersediaan dengan jelas. Tampilan visual dan presentasi produk harus dikelola dengan baik untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan gambaran yang akurat tentang produk yang ditawarkan. Pengelolaan yang efketif dari elemen elemen ini membantu membangun kepercayaan pelanggan, mempengaruhi keputusan pembelian dan mengikatkan kredibilitas perusaan di pasar digital (Blibli & Metode, 2024)

3. Kemudahan Transaksi dan Interaksi

Kemudahan merupakan standar sebuah kepercayaan konsumen, yaitu Ketika konsumen merasa teknologi atau situs yang digunakan dianggap mudah digunakan serta dapat membuat konsumen tertarik untuk melakukan transaksi (Ilmiyah & Krishernawan, 2020). Umumnya konsumen akan mengalami kebingungan ketika pertama kali melakukan transaksi secara online, dan pada akhirnya cenderung akan mengurungkan niatnya karena merasa tidak aman dan tidak tahu caranya melakukan transaksi online. Kemudahan penggunaan adalah dimana konsumen merasakan bahwa belanja di toko berbasis web akan meningkatkan belanjanya serta sejauh mana konsumen merasakan kemudahan interaksi dengan situs web dapat menerima informasi tentang produk yang dibutuhkan. (Subhan, 2022)

2.2. Penelitian Terkait

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sedikit banyak terinspirasi dan mereferensi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan latar belakang masalah pada skripsi ini.Berikut ini penelitian terdahulu yang berhubungan dengan skripsi ini antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurmaharani & Heriyanto, 2023)dengan judul ANALISA DAN PERANCANGAN *UI/UX* APLIKASI PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING* PADA CV. MULTI BAN OTO SERVIS BEKASI Dengan adanya perancangan ini dapat memaksimalkan proses penjualan dan data penjualan, Membuat sistem penjualan yang mudah digunakan dan mudah dipahami, Mengetahui laba dan

rugi pada perusahaan. hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan Memaksimalkan proses penjualan dan data penjualan, Membuat sistem penjualan yang mudah digunakan dan mudah dipahami , Mengetahui laba dan rugi pada perusahaan

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo & Setiaji, 2020) Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan *Design Thinking*. Tujuan penelitian ini untuk memudahkan para penggunanya mencari barang yang mereka butuhkan. Namun e-commerce yang khusus menjual barang bekas masih sangat jarang dan kurang memadahi, oleh karena itu penelitian ini akan mencoba mengembangkan platform yang di khususkan untuk para pengguna e-commerce sehingga mereka dapat menjual maupun mencari barang bekas dengan mudah. Kesimpulan penelitian ini menggunakan metode design thinking dapat memudahkan pembuat keputusan baik pemrakarsa dan juga dari segi desainer untuk bisa menghasilkan inovasi yang dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh calon pengguna. Atas dasar permasalahan yang terjadi, Thriftdoor di kembangkan menjadi solusi berupa website yang dapat diakses kapan saja di mana saja. Thriftdoor bertujuan untuk mempermudah para calon pengguna yang ingin menjual barang bekasnya dengan mudah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Hariyanto et al., 2020) ANALISA DAN PERANCANGAN *UI/UX* APLIKASI PENJUALAN BESI BETON MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*. Tujuan penelitian ini untuk membantu dalam pembuatan aplikasi penjualan yang memenuhi kebutuhan pengguna dan meningkatkan pengalaman pengguna. Hasil

Penelitian perancangan *UI/ UX* menggunakan metode Design Thinking dapat digunakan untuk membuat antarmuka pengguna (UI) dan desain pengalaman pengguna (*UX*) yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, dengan menggunakan aplikasi Figma dan berdasarkan User Persona, penelitian ini menghasilkan *prototipe* aplikasi penjualan berbasis mobile untuk sisi karyawan dan sisi pelanggan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Aryansyah et al., 2023) PERANCANGAN DESIGN *UI/UX* APLIKASI PENJUALAN STORE PAKAIAN DENGAN METODE DESIGN THINKING BERBASIS ANDROID. Tujuan Perancangan ini untuk aplikasi penjualan berbasis android untuk membantu Arks Industries memasarkan produknya dengan menggunakan metode design thinking. Menciptakan banyak ide dalambrainstorming, dan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan *prototype* dan *testing*. Hasil penulisan dan penelitian skripsi yang telah dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut *prototype* yang dibangun dapat berjalan dengan baik dan telah sesuai kebutuhan. Serta aplikasi Arkshop telah dapat dijalankan di sistem operasi android dan sesuai dengan *prototype*. Dari hasil pengujian aplikasi tersebut, maka aplikasi sesuai dengan kebutuhan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Ladita, 2020) ANALISIS PENERAPAN APLIKASI ANDROID TOKOCRYPTO MENGGUNAKAN PENDEKATAN DESIGN THINKING DIBANTU DENGAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT V.2 Tujuan analisis penerapan aplikasi Android Tokocrypto adalah untuk menambah value proposotion perusahaan berupa nilai usulan fitur di aplikasi untuk pelanggan Tokocrypto. Hasil dari analisis permasalahan yang teridentifikasi pada Tokocrypto adalah terdapat beberapa fitur yang belum berjalan secara optimal. Tokocrypto memiliki dua aplikasi yaitu website dan mobile aplikasi. Hasil dan kesimpulan dari penelitian yang berfokus pada Analisis Penerapan Aplikasi Android Tokocrypto dan melihat dari sisi pelanggan adalah Tokocrypto perlu fokus dalam pembaruan aplikasi sehingga dapat memberikan kemudahan kepada pengguna dalam bertransaksi

2.3. Tinjauan Organisasi/Objek Penelitian

Platform e-commerce PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk menawarkan berbagai macam produk dan berbagai layanan pembayaran elektronik Objek penelitian menjelaskan mengenai profil perusahaan yaitu sejarah mengenai PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk tentang visi, misi, fokus perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan deskripsi tugas. Penggunaan *User Experience (UX)* sangat berpengaruh dalam pada sebuah website Penjualan Furniture untuk menarik pelanggan, memberikan informasi yang mereka butuhkan dan mempermudah transaksi

Objek Penelitian merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian. Bagian ini menggambarkan latar belakang, profil, struktur, dan kondisi dari organisasi atau objek yang diteliti, sehingga pembaca memahami konteks penelitian secara

menyeluruh. Objek Penelitian ini fokus pada Pengguna *User Experince* (*UX*) yang berpangaruh kepada kepuasan pelanggan dalam mengunjunngi, berinteraksi dan bertransaksi pada website penjualan

2.3.1 Sejarah PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk.

Di tahun 1984 Oscar Living memulai bisnis sebagai sebuah perusahaan keluarga yang di jalankan secara Konvensional. Dari awal dimulai nya bisnis, Oscar living banyak menggandeng Mitra UMKM indonesia dan memasarkan produk produk mereka, disamping memberikan edukasi, Memberikan bantuan modal dan pengembangan produk yang diminati pasar pada saat itu.

Oscar Living Terus Tumbuh menjadi sebuah perusahaan berbadan hukum dengan nama PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA yang mulai beroperasi di tahun 2015 dan terus berkembang dan meluaskan usahanya dengan membuka Pusat pusat Logistik baru di berbagai wilayah guna mendekatkan diri kepada para pelanggan dengan mengusung tagline " BELANJA FURNITURE JADI MUDAH ".

2.3.2 VISI dan MISI

Visi PT OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. Menjadi perusahaan furniture berbasis online terdepan yang menyediakan beragam jenis furniture berkualitas produksi anak bangsa ke seluruh pelosok indonesia dan menjangkau pasar internasional

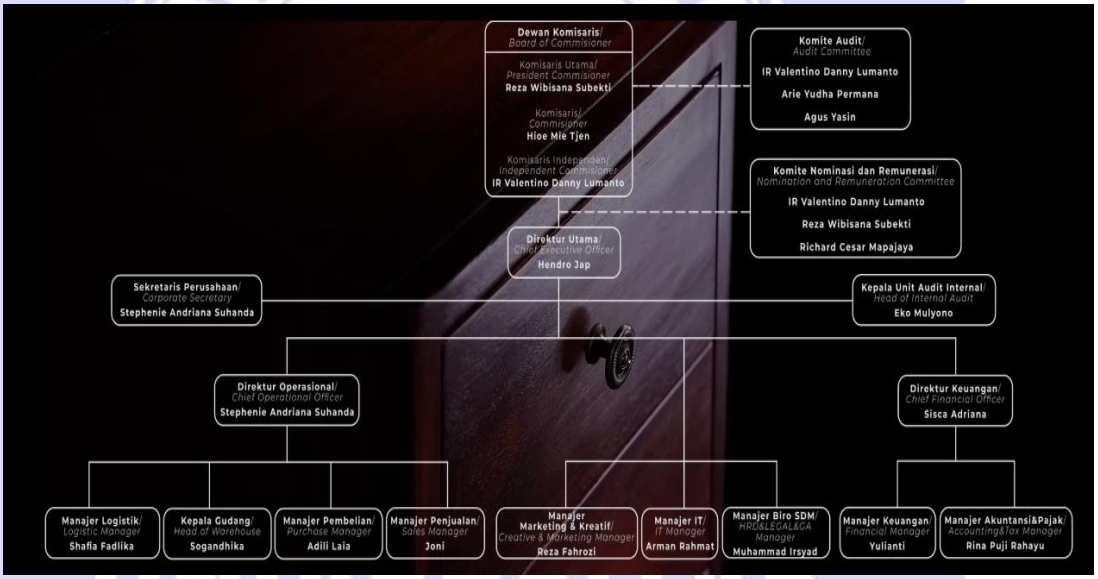
MISI PT OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk. Sebagai berikut : Mencipatakan nilai tertinggi bagi pelanggan kami melalui pelayanan

yang handal, berintegritas, terpercaya dan kecepatan layanan, yang bisa memberikan rasa puas dan nyaman kepada seluruh pelanggan kami melalui

1. Menyediakan kemudahan bertransaksi secara daring.
2. Menjangkau pelosok indonesia dengan sentra sentra distribusi terpadu dengan harga terjangkau dan efisiensi waktu.
3. Terus melatih tenaga - tenaga terampil kami agar terus dapat memberi layanan yang terbaik.

2.3.3 Struktur Organisasi

Gambar II. 2 Struktur Organisasi



Sumber : Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

1. Direktur Utama: Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan kinerja Perusahaan.

2. Sekretaris Perusahaan: Sekretaris perusahaan, juga dikenal sebagai sekretaris korporasi, adalah orang atau departemen di dalam perusahaan yang

bertugas memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua hukum, peraturan, dan manajemen bisnis yang berlaku.

3. Kepala Unit Audit Internal: bertujuan untuk memimpin dan memastikan fungsi audit internal dalam suatu organisasi berjalan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan standar profesional..

4. Direktur Keuangan : adalah eksekutif senior dalam suatu perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk perencanaan keuangan, pengelolaan risiko keuangan, pencatatan laporan keuangan, dan pelaporan kepada pihak manajemen maupun pemangku kepentingan lainnya

5. Manajer Logistik : adalah seorang profesional yang bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengelolaan aktivitas logistik dalam sebuah perusahaan.

6. Supervisor Sales: Bertanggung jawab mengawasi aktivitas pemasaran dan penjualan sehari-hari serta memastikan kepatuhan terhadap prosedur perusahaan.

7. Kepala Gudang adalah seorang profesional yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan operasional gudang, termasuk penyimpanan, pengendalian stok, dan distribusi barang. Kepala Gudang memainkan peran kunci dalam menjaga efisiensi aliran barang di dalam gudang

8. Manajer Pembelian adalah seorang profesional yang bertanggung jawab untuk mengelola proses pengadaan barang dan jasa di perusahaan. Tujuannya

adalah memastikan bahwa semua kebutuhan operasional perusahaan terpenuhi dengan kualitas terbaik, harga yang kompetitif, dan waktu yang tepat.

9. Manajer Penjualan adalah seorang profesional yang bertanggung jawab untuk merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi aktivitas penjualan suatu perusahaan. Tujuan utama dari manajer penjualan adalah mencapai atau melebihi target penjualan

10. Manajer Marketing dan Kreatif adalah seorang profesional yang bertanggung jawab untuk mengelola strategi pemasaran perusahaan sekaligus mengawasi elemen kreatif yang digunakan dalam kampanye pemasaran.

11. Manajer IT adalah seorang profesional yang bertanggung jawab untuk mengelola infrastruktur teknologi informasi (TI) perusahaan, termasuk perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan sistem keamanan. Peran ini juga mencakup perencanaan strategi TI, memastikan operasional TI berjalan lancar, dan mendukung kebutuhan teknologi perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis

12. Manajer Akuntansi Pajak adalah seorang profesional yang bertanggung jawab untuk mengelola dan mengawasi semua aspek yang terkait dengan akuntansi pajak di perusahaan.

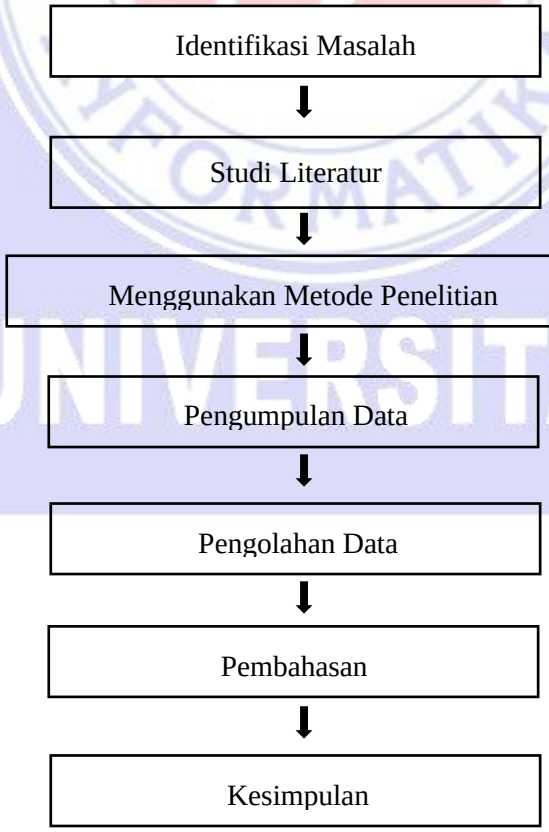
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tahapan Penelitian

Tinjauan penelitian pada website penjualan berfokus pada berbagai faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna (*UX*) menggunakan Metode Design Thinking, melakukan konversi penjualan, dan kinerja website e-commerce. Penelitian ini mencakup berbagai aspek, mulai dari desain, navigasi, kepercayaan, teknologi yang digunakan, hingga personalisasi, serta bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi keputusan pembelian konsumen di situs web penjualan.

Gambar III. 1 Tahapan Penelitian



Sumber : Hasil Peneliti, 2024

1. Identifikasi masalah

Penelitian ini harus menemukan masalah yang akan diteliti dengan cara mengumpulkan data keluhan dari bergai saluran dan meminta *feedback* langsung terhadap pengguna atau pembeli. Kemudian akan dilakukan dengan menganilisis dengan metode *Desaign Thinking* untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin menjadi objek penelitian saat ini

2. Studi Literatur

Studi literatur adalah langkah penting dalam proses penelitian yang melibatkan pemikiran sistematis terhadap berbagai sumber informasi relevan yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Studi ini memberikan dasar teoretis, mengidentifikasi temuan yang sudah ada, serta menunjukkan celah yang dapat diisi oleh penelitian baru. Peneliti mencari jurnal dan buku yang berkaitan dengan penilitan yang dilakukan sehingga peniliti bisa mendapatkan referensi tentang teori juga persoalan yang sedang dibahas

3. Menentukan metode penelitian

Tahap menentukan metode penelitian bertujuan memilih metode penelitian yang paling tepat untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipilih adalah *Design Thinking*. Pemilihan pada penelitian ini menggunakan metode yang didasarkan pada kesesuaian tujuan penelitian dan kemampuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera

4. Pengumpulan data

Tahap Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara penyebaran kuesioner yang secara online menggunakan *platform Google Form*. Proses kuesioner ini berisi pernyataan *Likert* dan disebarkan kepada responden atau pembeli yang dipilih berdasarkan kriteria penelitian

5. Pengelolahan Data

Tahap Pengolahan data dilakukan setelah tahap pengumpulan data dengan menggunakan software SPPS. Pengolahan data melibatkan dapat mengaitkan teknis analisis statisik untuk menjelaskan data dengan tepat dan hasil pengelolahan data digunakan untuk menjawah pertanyaan penelitian

6. Pembahasan

Tahap Pembahasan dari hasil data yang telah diolah dan dianalisis. Peneliti membahas tingkat kepuasan *User Experince (UX*) dalam mengunjungi dan berbelanja di Website tersebut. Pembahasan ini bertujuan memberikan hasil dari pengguna guna medapat pemahaman yang lebih mendalam tentang hasil penelitian

7. Kesimpulan

Tahap kesimpulan adalah tahap terakhir dalam penelitian dan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian. Peneliti membuat kesimpulan dengan beberapa poin penting dari seluruh hasil penelitian. Tahap ini memastikan bahwa penelitian memberikan hasil yang dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.

3.2. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian ini, peneliti membuat 2 kuesioner yang terdiri dari 2 bagian yang berbeda, bagian Kuesioner pertama mengenai responden terdapat 5 pertanyaan nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan berapa lama telah menggunakan website oscar living untuk pembelian produk. Dan bagian kuesioner kedua berisi 24 pertanyaan yang berlandaskan dengan metode *Desaign Tthinking* yang berisi 5 variabel *independent* yang terdiri dari *Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test* dengan menggunakan skala *Likert*

Tabel III. 1 Indikator Skala Likert

Kode	Keterangan	Skor
STS	Sangat Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber : Hasil Peneliti, 2024

Kuesioner penelitian selanjutnya disebarkan kepada Pelanggan yang terbiasa membeli Produk di Website penjualan ini. Untuk memastikan bahwa kuesioner yang disebarkan dengan benar diukur sesuai dengan keinginan peneliti, diperlukan uji validitas dan reliabilitas sebagai bukti bahwa data yang bersumber pada hasil kuesioner yang diolah menjadi hasil yang sesuai dan dapat dipercaya.

Tabel III. 2 Instrumen Pertanyaan Penelitian

Variabel	Pertanyaan	Item
Empathize	Apakah Anda tertarik dengan ber pengalaman secara luas dan pertama kali mengunjungi website *oscarliving.co.id?*	X1.1
	Apakah anda puas mengunjungi website untuk membeli furnitur atau dekorasi rumah?	X1.2

	Apakah Anda pernah merasa kesulitan saat mencari produk di website ini?	X1.3
	Menurut Anda, apakah tampilan dan navigasi website ini sudah nyaman digunakan?	X1.4
	Apakah Anda merasa deskripsi produk, gambar, atau informasi lainnya sudah cukup jelas?	X1.5
Define	Menurut Anda, apakah terdapat kelemahan terbesar dari website *oscarliving.co.id?*	X2.1
	Apakah Anda merasa proses pencarian produk dan checkout terlalu rumit?	X2.2
	Apakah ada fitur atau informasi yang Anda harapkan ada di website ini, tetapi belum tersedia?	X2.3
	Apakah terdapat pengaruh masalah terhadap keputusan Anda untuk berbelanja di website ini?	X2.4
Ideate	Apakah terdapat fitur yang kurang signifikan di web *oscarliving.co.id?*	X3.1
	Apakah Anda pernah melihat fitur di website lain yang menurut Anda sebaiknya diterapkan di *oscarliving.co.id?*	X3.2
	Apakah Anda mudah menemukan produk yang anda inginkan?	X3.3
Prototype	Apakah menurut pendapat Anda tentang desain awal ini?	X4.1
	Seberapa mudah Anda memahami cara kerja prototipe ini?	X4.2
	Menurut Anda, apakah prototipe ini sudah cukup mudah digunakan?	X4.3
	Apakah informasi tentang produk dalam prototipe ini sudah sesuai dengan kebutuhan Anda?	X4.4
Test	Apakah pengalaman terpukau Anda saat mencoba solusi/prototipe ini?	X5.1
	Apakah ada kendala yang Anda hadapi saat menggunakan fitur atau desain baru ini?	X5.2
	Apakah kemungkinan Anda untuk kembali menggunakan website ini setelah perbaikan?	X5.3
	Apakah anda setuju jika prototype saat ini adalah solusi terbaik untuk web *Oscarliving.co.id?*	X5.4

Kepuasan Pengguna	Seberapa mudah Anda menemukan informasi yang Anda cari di website ini?	Y1
	Apakah website ini dapat diakses dengan lancar tanpa gangguan teknis?	Y2
	Seberapa puas Anda secara keseluruhan terhadap pengalaman menggunakan website ini?	Y3
	Apakah fitur yang disediakan di website ini (misalnya, filter pencarian, keranjang belanja) berfungsi dengan baik?	Y4

Sumber : Hasil Peneliti, 2024

1. Data Premier

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulan langsung dari sumber pertama melalui proses pengumpulan data oleh peneliti. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu dan biasanya melibatkan pengamatan langsung, wawancara, survei, dan kuesionoer

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan selain penelitian yang sedang dilakukan. Data ini biasanya diperoleh dari sumber-sumber seperti laporan resmi, jurnal ilmiah, artikel, buku, dan stastik

3.3. Metode Pengumpulan Data, Populasi, dan Sample Penelitian

3.3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data merupakan cara atau teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relavan yang perlukan dalam sebuah penlitian. Skala pengumpulan data ini menggunakan Skala Likert yaitu dimana responden untuk mengukur tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur. Skala Likert digunakan untuk menggambarkan tingkat kenyakinan atau persepsi responden terhdap suatu variabel atau konstruk yang di ukur.

3.3.2 Variabel dan Indikator

Variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dalam suatu penelitian yang dapat diukur, diamati, atau dimanipulasi untuk memahami hubungan atau pengaruh antara variabel lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan indikator karena indikator adalah ukuran dan petunjuk spesifik yang digunakan untuk merincikan dan menilai suatu gagasan Dengan adanya indikator, variabel yang abstrak (seperti "kepuasan pengguna" atau "kepercayaan") dapat dipecah menjadi aspek-aspek yang konkret dan terukur.

3.3.3 Populasi

Dalam penilitian ini, populasi menujuk pada kelompok atau himpunan individu yang memiliki karakteristik yang sama atau relavan dengan objek penelitian. Populasi dapat berbeda beda tergantung pada konteks dan ruang lingkup penelitian. Populasi dapat memiliki ciri-ciri yang bergam seperti usia,

jenis kelamin, pendidikan, lokasi geografis, atau karakteristik lain yang relavan dengan penelitian.

Pengertian populasi yang lebih kompleks adalah bahwa populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling untuk memilih sebagian kecil dari seluruh populasi umum. Kemudian sampel ini dapat menjadi subjek penelitian yang akan diwawancarai

3.3.4 Sample Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan dalam penelitian. Dalam konteks penelitian website penjualan, sampel diambil untuk memahami pola perilaku, pengalaman pengguna, atau opini dari populasi pengguna website.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Statistik Kuantitatif

Analisis Statistik Kuantitatif adalah bagian cabang Ilmu Statistika yang banyak melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang bersifat numerik. Pada bagian ini, penelitian dilakukan dengan melakukan pengumpulan data berupa angka-angka numerik, kemudian melakukan analisis untuk memperoleh beberapa kesimpulan (Agus et al., 2022)

3.4.2 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menentukan beberapa kriteria untuk fungsi uji tertentu, seperti apakah suatu alat ukur yang telah disetujui sebelumnya dapat secara akurat menentukan apa yang perlu diuji, uji ini maksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, dalam praktiknya data sekunder tidak memerlukan uji validitas. (Bina et al., 2024)

3.4.3 Uji Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat teteap terpercaya serta terbebas dari galat (kesalahan, kekeliruan, atau cacat) pengukuran (*measurement error*) Uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan - pernyataan yang digunakan (Bina et al., 2024)

3.4.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas dapat digunakan untuk membuktikan sampel berasal dari suatu populasi berdistribusi normal atau bisa juga membuktikan populasi yang dimiliki berdistribusi normal. (Widana & Muliani, 2020)

Uji asumsi klasik memerlukan pengetahuan tentang apakah data normal dan terdistribusi dengan baik untuk menghasilkan hasil yang dapat diandalkan. Beberapa cara yang digunakan untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal yaitu dengan uji Kolmogorov Smirnov. Data berdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-smirnov adalah jika hasil pengujian didapat nilai asymp.sig (2 – tailed) > 0,05, data berdistribusi normal. (Purba et al., 2021)

3.4.5. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari analisis multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Umumnya, variabel yang akan dianalisis tidak boleh mengandung aspek, indikator, atau bahkan dimensi yang sama karena jika ada, koefisien regresi yang diperoleh akan bias dan tidak akurat.

Multikolinearitas biasanya ditemukan dalam regresi linier berganda karena akan ada lebih dari satu variabel dalam regresi berganda. Pada penjelasan sebelumnya sudah disampaikan bahwa uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dua atau lebih variabel bebas yang tersedia mengandung gejala multikolinier atau tidak.(Widana & Muliani, 2020)

3.4.6 Uji T

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan mambandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan Uji F. Untuk melihat pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat didapat dengan melakukan uji t. Jika hasil uji t didapat nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari < 0,05 maka disimpulkan bahwa pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. (Purba et al., 2021)

3.4.7 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara kooperatif. Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatdilakukan uji F.

3.4.8 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali Koefisien determinasi tujuannya guna mengestimasi sebesar mana kapasitas model regresi dalam mengimplementasikan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi (R2), merupakan pengujian yang menguji seberepa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Menurut Imam Ghozali (2016), Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien korelasi determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi (Summayan, 2020)

3.4.9 Uji Hipotesis

Tahap pengujian hipotesis bukan bersifat ritual formalitas penelitian kuantitatif, akan tetapi merupakan kewajiban formal dengan tujuan hasil uji bisa dipakai untuk menarik kesimpulan penelitian dan sekaligus menentukan penelitian selanjutnya.Alasan lain yang mendukung pengujian hipotesis menjadi kewajiban disebabkan sifat pernyataan dalam hipotesis masih berbentuk kesimpulan sementara, yang tingkat kebenarannya masih lemah. Sehingga dengan demikian, hipotesis harus diuji dengan statistika untuk memperoleh keputusan signifikansi penerimaan atau penolakan opini yang disampaikan dalam hipotesis penelitian. Penyusunan hipotesis membutuhkan penalaran substansiteori baku, temuan makalah penelitian empiris dan hasil dokumentasi pengamatan fenomena perilaku aktual dilapangan. (Yam & Taufik, 2021)

UNIVERSITAS

BAB IV

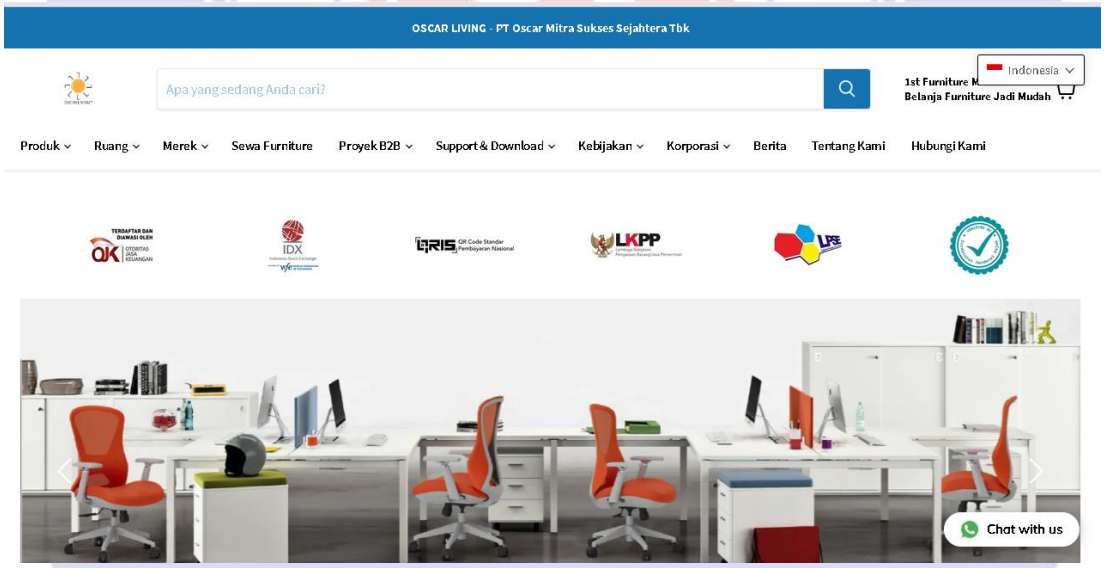
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Tampilan Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

4.1.1 Halaman Utama Website

Pada halaman ini terdapat beberapa produk penjualan, dan berbagai informasi mengenai lembaga yang telah mendukung Website dan Persuahan Furniture tersebut.

Gambar IV. 1 Halaman Login

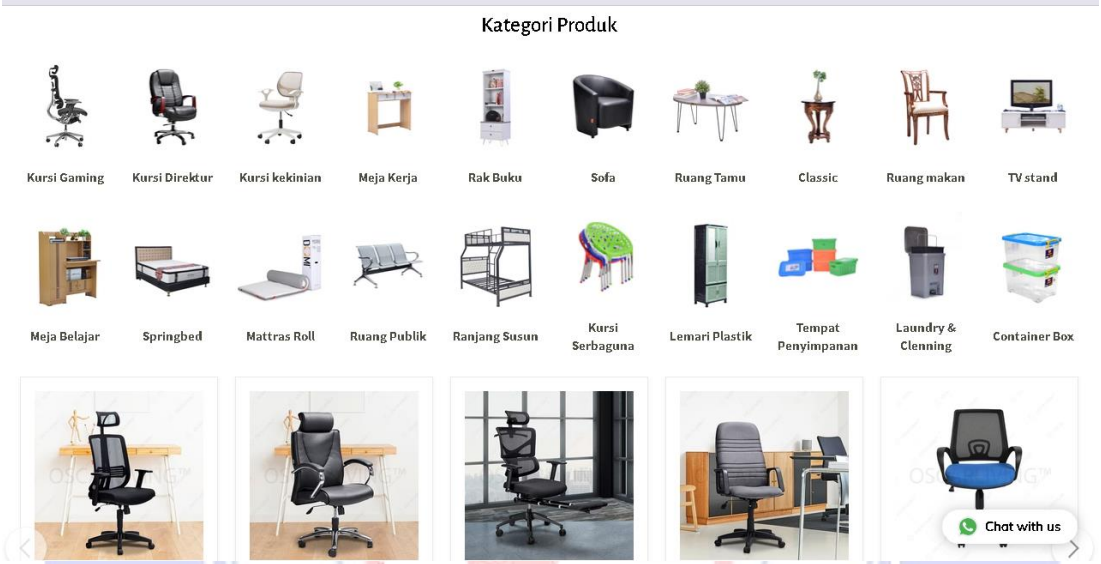


Sumber : Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

4.1.2 Kategori Produk Penjualan

Pada halaman ketegori produk terdapat berbagai macam kategori furniture yang telah disediakan dan ditampilkan.

Gambar IV. 2 Kategori Produk

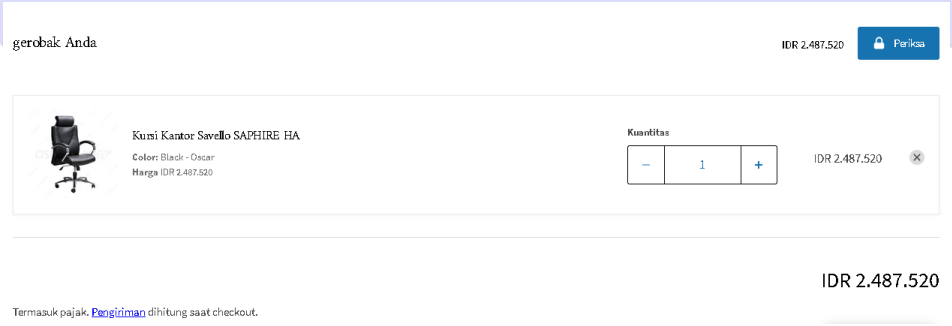


Sumber : Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

4.1.3 Halaman Keranjang

Pada halaman keranjang terdapat berbagai macam barang yang telah kita masukkan ke keranjang atau pun ingin melalukan pembelian produk furniture.

Gambar IV. 3 Halaman Keranjang

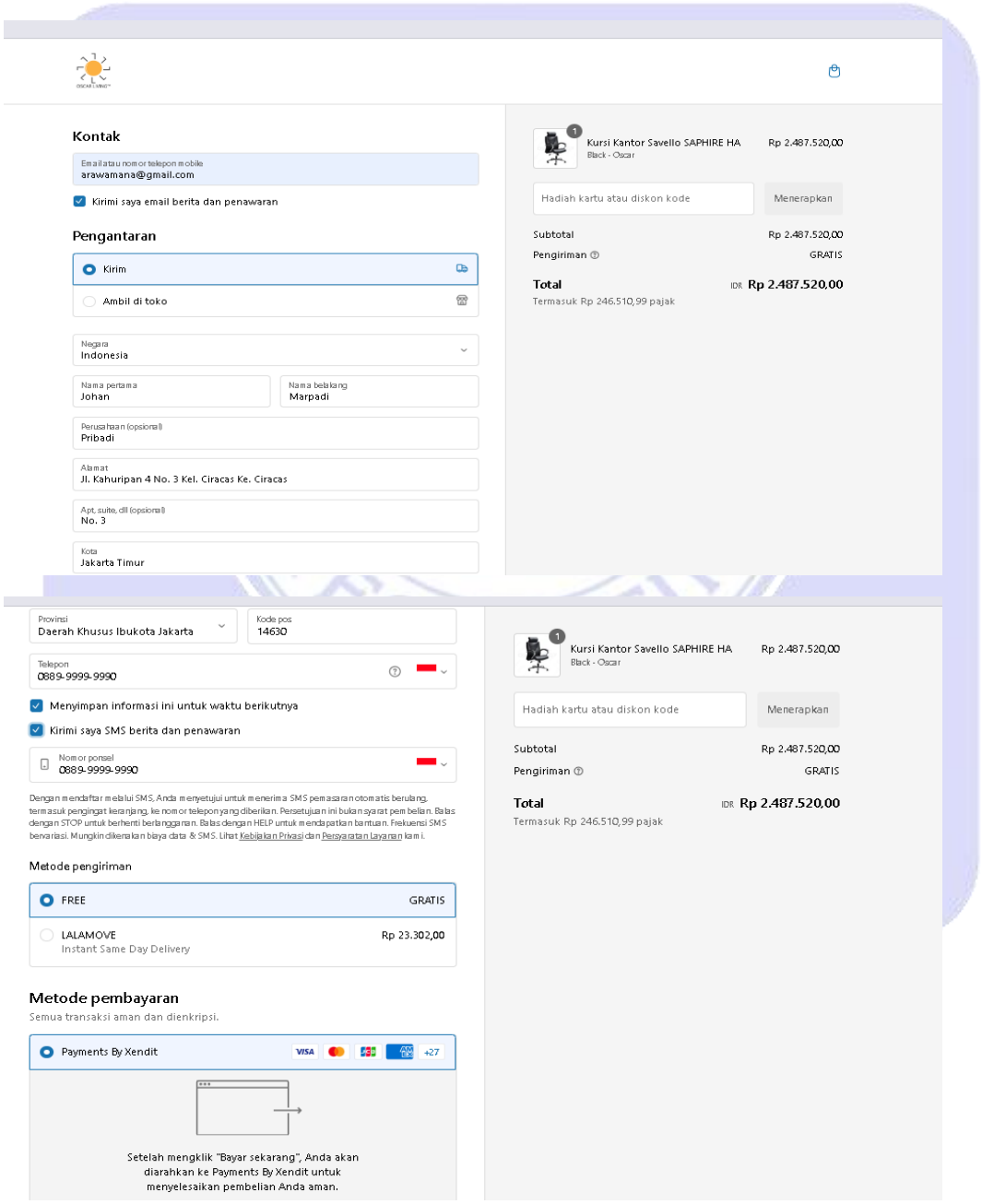


Sumber : Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

4.1.4 Halaman Pembelian Produk

Halaman pembelian produk digunakan jika ingin melalukan pembelian produk furniture dengan tujuan harus mengisikan beberapa ketentuan yang telah di sediakan.

Gambar IV. 4 Halaman Pembelian Produk

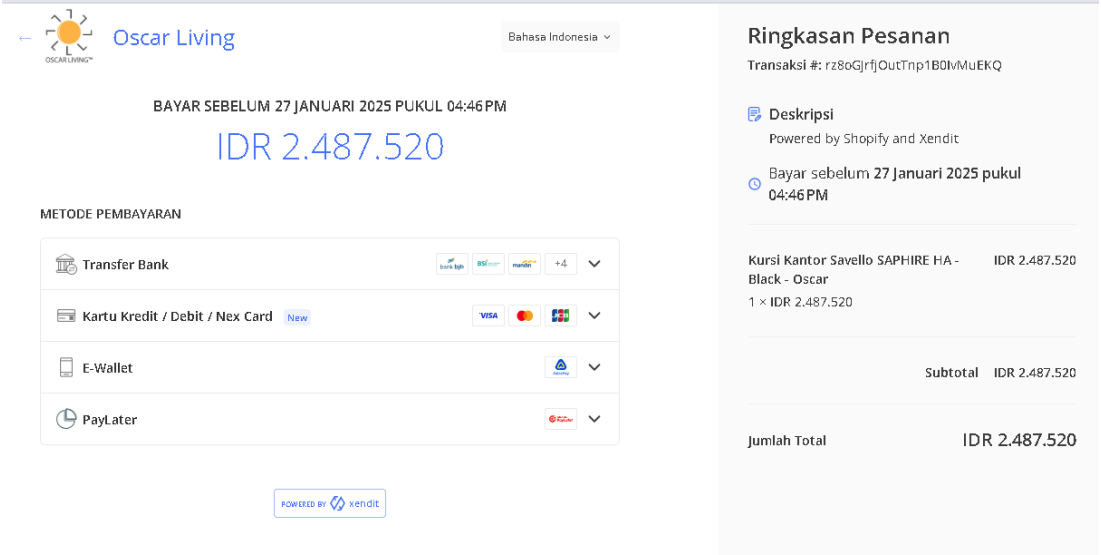


Sumber : Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

4.1.5 Halaman Pembayaran

Halaman pembayaran dilakukan setelah mengisi berbagai kebijakan yang terdapat pada halaman pembelian produk. Halaman pembayaran bertujuan untuk bertransaksi online sesuai dengan harga barang dengan menggunakan berbagai mecam metode pemabayaran yang telah disediakan.

Gambar IV. 5 Halaman Pembayaran



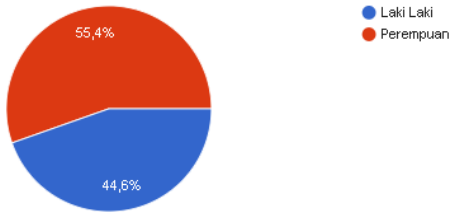
Sumber : Website PT. Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk.

4.2. Karakeristik dan Profil Responden

4.2.1 Pengguna Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari Responden 65 orang pengguna Website Oscar Living dapat disimpulkan data perorangan jenis kelamin bahwa laki – laki lebih banyak sejumlah 44.6% di bandingkan dengan pengguna perempuan sebesar 55.4% karena kebanyakan pengguna laki-laki dikarenakan lebih sering memantau website Oscarliving untuk kebutuhan kantor

Gambar IV. 6 Presentase berdasarkan jenis kelamin



Sumber : Kuesioner Google Form

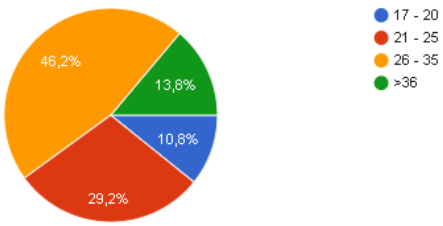
Tabel IV. 1 Presentase jenis kelamin responden

Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Presantase
Laki – Laki	29	44.6%
Perempuan	36	55.4%
Total	65	100%

4.2.2 Pengguna Berdasarkan Usia

Dari Responden 65 orang pengguna Website Oscar Living dapat disimpulkan data perorangan jumlah usia 26-35 tahun lebih unggul dibandingkan degan usia lain dengan rata 46.2%

Gambar IV. 7 Presentase berdasarkan usia



Sumber : Kuesioner Google Form

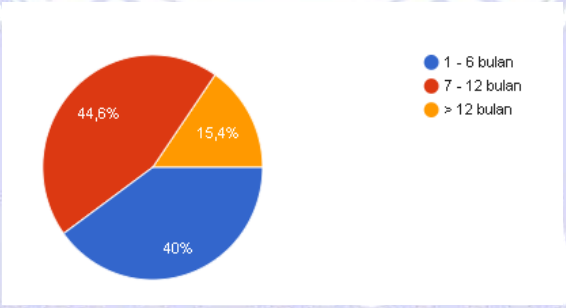
Tabel IV. 2 Presentase usia responden

Usia		
Keterangan	Jumlah	Presantase
17-20	7	10.8%
21-25	19	29.2%
26-35	30	46.2%
>36	9	13.8%
Total	65	100%

4.2.3 Pengguna Berdasarkan Lama Penggunaan

Dari Responden 65 orang pengguna Website Oscar Living dapat disimpulkan bahwa data pengguna Website *Oscarliving.co.id* memiliki jumlah pengguna lebih besar 7-12 bulan sebesar 44.6%

Gambar IV. 8 Presesntase berdasarkan lama pengguna



Sumber : Kuesioner Google Form

Tabel IV. 3 Presentase lama pengguna website

Waktu		
Keterangan	Jumlah	Presantase
1-6 Bulan	26	40%
7-12 bulan	29	44.6%
>12 bulan	10	15.4%
Total	65	100%

4.3 Indeks Tanggapan Responden

4.3.1. Empathize

Tabel IV. 4 Indeks tanggapan responden Empathize

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Apakah Anda tertarik dengan ber pengalaman secara luas dan pertama kali mengunjungi website *oscarliving.co.id*?	0	0	7	37	21
		0%	0%	10.8%	56.9%	32.3%
2	Apakah anda puas mengunjungi website untuk membeli furniture atau dekorasi rumah?	0	0	15	37	13
		0%	0%	23.1%	56.9%	20%
3	Apakah Anda pernah merasa kesulitan saat mencari produk di website ini?	0	0	9	36	20
		0%	0%	13.8%	55.4%	30.8%
4	Menurut Anda, apakah tampilan dan navigasi website ini sudah nyaman digunakan?	0	0	15	35	15
		0%	0%	23.1%	53.8%	23.1%
5	Apakah Anda merasa deskripsi produk, gambar, atau informasi lainnya sudah cukup jelas?	0	1	14	31	19
		0%	1.5%	21.5%	47.7%	29.2%
Konten (X1)		0%	0.3%	18.5%	54.1%	27.1%

Sumber : Kuesioner Google Form

Berdasarkan tabel ditas , Variabel *Empathize* memiliki presentase pada skor 5, yang menunjukkan sangat setuju, yaitu 27.1%. Ada juga presentase pengguna yang

setuju dengan skor 4, yaitu 54.1% dan presentase total adalah 81.2% setelah kedua presentase ini digabungkan. Dari hasil ini pengguna Website memilik *Empathize* yang baik

4.3.2. Define

Tabel IV. 5 Indeks tanggapan responden Define

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Menurut Anda, apakah terdapat kelemahan terbesar dari website *oscarliving.co.id*?	0	0	10	30	25
		0%	0%	15.4%	46.2%	38.5%
2	Apakah Anda merasa proses pencarian produk dan checkout terlalu rumit?	0	0	10	36	19
		0%	0%	15.4%	55.4%	29.2%
3	Apakah ada fitur atau informasi yang Anda harapkan ada di website ini, tetapi belum tersedia?	0	0	14	31	20
		0%	0%	21.5%	47.7%	30.8%
4	Apakah terdapat pengaruh masalah terhadap keputusan Anda untuk berbelanja di website ini?	0	0	8	42	15
		0%	0%	12.3%	64.6%	23.1%
Konten (X2)		0%	0%	16.2%	53.5%	30.4%

Sumber : Kuesioner Google Form

Berdasarkan tabel ditas , Variabel *Define* memiliki presentase pada skor 5, yang menunjukkan sangat setuju, yaitu 30.4%. Ada juga presentase pengguna yang setuju dengan skor 4, yaitu 53.5% dan presentase total adalah 83.9% setelah kedua presentase ini digabungkan. Dari hasil ini pengguna Website memilik *Define* yang baik

4.3.3. Ideate

Tabel IV. 6 Indeks tanggapan responden Ideate

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Apakah terdapat fitur yang kurang signifikan di web *oscarliving.co.id* ?	0	0	11	38	16
		0%	0%	16.9%	58.5%	24.6%
2	Apakah Anda pernah melihat fitur di website lain yang menurut Anda sebaiknya diterapkan di *oscarliving.co.id*?	0	0	20	31	14
		0%	0%	30.8%	47.7%	21.5%
3	Apakah Anda mudah menemukan produk yang anda inginkan?	0	0	16	31	18
		0%	0%	24.6%	47.7%	27,7%
Konten (X3)		0%	0%	24.1%	51.3%	15.4%

Sumber : Kuesioner Google Form

Berdasarkan tabel ditas , Variabel *Ideate* memiliki presentase pada skor 4, yang menunjukkan sangat setuju, yaitu 51.3%. Ada juga presentase pengguna yang setuju dengan skor 3, yaitu 24.1% dan presentase total adalah 75.7% setelah kedua presentase ini digabungkan. Dari hasil ini pengguna Website memilik *Ideate* yang cukup baik

4.3.4. Prototype

Tabel IV. 7 Indeks tanggapan responden Prototype

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Apakah menurut pendapat Anda tentang desain awal ini?	0	0	10	40	15
		0%	0%	15.4%	61.5%	23.1%
2	Seberapa mudah Anda memahami cara kerja prototipe ini?	0	0	8	31	26
		0%	0%	12.3%	47.7%	40%
3	Menurut Anda, apakah prototipe ini sudah cukup mudah digunakan?	0	1	10	38	16
		0%	1.5%	15.4%	58.5%	24.6%
4	Apakah informasi tentang produk dalam prototipe ini sudah sesuai dengan kebutuhan Anda?	0	0	11	35	19
		0%	0%	16.9%	53.8%	29.2%
Konten (X4)		0%	0.4%	15.0%	55.4%	29.2%

Sumber : Kuesioner Google Form

Berdasarkan tabel ditas , Variabel *Protoype* memiliki presentase pada skor 5, yang menunjukkan sangat setuju, yaitu 29.2%. Ada juga presentase pengguna yang setuju dengan skor 4, yaitu 55.4% dan presentase total adalah 84.6% setelah kedua presentase ini digabungkan. Dari hasil ini pengguna Website memilik *Prototype* yang baik

4.3.5. Test

Tabel IV. 8 Indeks tanggapan responden Test

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Apakah anda merasa puas setelah kita memperbaiki protype baru ini?	0	0	14	34	17
		0%	0%	21.5%	52.3%	26.2%
2	Apakah ada kendala yang Anda hadapi saat menggunakan fitur atau desain baru ini?	0	0	12	36	17
		0%	0%	18.5%	55.4%	26.2%
3	Apakah kemungkinan Anda untuk kembali menggunakan website ini setelah perbaikan?	0	1	18	31	15
		0%	1.5%	27.7%	47.7%	23.1%
4	Apakah anda setuju jika prototype saat ini adalah solusi terbaik untuk Web *oscarliving.co.id*?	0	0	24	24	17
		0%	0%	36.9%	36.9%	26.2%
Konten (X5)		0%	0.4%	26.2%	48.1%	25.4%

Sumber : Kuesioner Google Form

Berdasarkan tabel ditas , Variabel *Test* memiliki presentase pada skor 4, yang menunjukkan sangat setuju, yaitu 48.1%. Ada juga presentase pengguna yang setuju dengan skor 3, yaitu 26.2% dan presentase total adalah 74.3% setelah kedua presentase ini digabungkan. Dari hasil ini pengguna Website memilik *Test* yang cukup baik

4.3.6. Kepuasan Pengguna

Tabel IV. 9 Indeks tanggapan responden Kepuasan Pengguna

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Seberapa mudah Anda menemukan informasi yang Anda cari di website ini?	0	0	10	35	20
		0%	0%	15.4%	53.8%	30.8%
2	Apakah website ini dapat diakses dengan lancar tanpa gangguan teknis?	0	0	11	38	16
		0%	0%	16.9%	58.5%	24.6%
3	Seberapa puas Anda secara keseluruhan terhadap pengalaman menggunakan website ini?	0	0	4	36	25
		0%	0%	6.2%	55.4%	38.5%
4	Apakah fitur yang disediakan di website ini (misalnya, filter pencarian, keranjang belanja) berfungsi dengan baik?	0	0	7	35	23
		0%	0%	10.8%	53.8%	35.4%
Konten (Y)		0%	0%	12.3%	55.4%	32.3%

Sumber : Kuesioner Google Form

Berdasarkan tabel ditas , Variabel *Test* memiliki presentase pada skor 4, yang menunjukkan sangat setuju, yaitu 55.4%. Ada juga presentase pengguna yang setuju dengan skor 5, yaitu 32.3% dan presentase total adalah 87.7% setelah kedua presentase ini digabungkan. Dari hasil ini pengguna Website memilik *Test* yang sangat baik

4.4 Pengujian Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Uji ini diterapkan untuk melihat valid ataupun tidak validnya hasil kuesioner yang akan dijadikan data penelitian.. Bila nilai r hitung > r tabel dan juga nilai Sig. < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan data penelitian ini terbukti valid. Tabel berikut berisi informasi detail tentang pengujian validitas:

1. *Empathize* (X1)

Tabel IV. 10 Hasil uji validitas Empathize

Variabel X1	Item	Uji Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Empathize X1	X1.1	0, 746	0,244	Valid
	X1.2	0,655	0,244	Valid
	X1.3	0, 790	0,244	Valid
	X1.4	0, 628	0,244	Valid
	X1.5	0, 743	0,244	Valid

Hasil tes validitas dari variabel *Empathize* menunjukkan bahwa variabel tersebut valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

2. *Define* (X2)

Tabel IV. 11 Hasil uji validitas Define

Variabel X2	Item	Uji Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Define X2	X2.1	0,715	0,244	Valid
	X2.2	0,752	0,244	Valid
	X2.3	0, 747	0,244	Valid
	X2.4	0, 708	0,244	Valid

Hasil tes validitas dari variabel *Define* menunjukkan bahwa variabel tersebut valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3. Ideate (X3)

Tabel IV. 12 Hasil uji validitas Ideate

Variabel X3	Item	Uji Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Ideate X3	X3.1	0,732	0,244	Valid
	X3.2	0,708	0,244	Valid
	X3.3	0, 788	0,244	Valid

Hasil tes validitas dari variabel *Ideate* menunjukkan bahwa variabel tersebut valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

4. *Prototype* (X3)

Tabel IV. 13 Hasil uji validitas Prototype

Variabel X4	Item	Uji Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Prototype X4	X4.1	0,627	0,244	Valid
	X4.2	0,755	0,244	Valid
	X4.3	0, 786	0,244	Valid
	X4.4	0,645	0,244	Valid

Hasil tes validitas dari variabel *Prototype* menunjukkan bahwa variabel tersebut valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

5. *Test* (X3)

Tabel IV. 14 Hasil uji validitas Test

Variabel X5	Item	Uji Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Test X5	X5.1	0,681	0,244	Valid
	X5.2	0,602	0,244	Valid
	X5.3	0,818	0,244	Valid
	X5.4	0,631	0,244	Valid

Hasil tes validitas dari variabel *Test* menunjukkan bahwa variabel tersebut valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

6. Kepuasan Pengguna (Y)

Tabel IV. 15 Hasil uji validitas Kepuasan Pengguna

Variabel X5	Item	Uji Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pengguna Y	Y1	0,733	0,244	Valid
	Y2	0,705	0,244	Valid
	Y3	0,673	0,244	Valid
	Y4	0,755	0,244	Valid

Hasil tes validitas dari variabel Kepuasan Pengguna menunjukkan bahwa variabel tersebut valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

BINA SARANA INFORMATIKA UNIVERSITAS

4.4.2 Uji Realibilitas

Uji ini diterapkan untuk mendapatkan kesimpulan stabil atau tidaknya skor responden dalam sebuah kuesioner untuk setiap variabel. Untuk mengetahui apakah data kuesioner bersifat reliabel dengan mencari angka *Alpha Cronbach's*. Jika angka *Alpha Cronbach's* > 0,6 data kuesioner dinyatakan reliabel. Tabel berikut berisi informasi detail tentang pengujian realiabilitas.

Tabel IV. 16 Hasil Uji Realibilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100
	Excluded[a]	0	0
	Total	65	100. 0

Realibility Statistics	
Croncbach's Alpha	N of Items
.923	24

Sumber : Olah Data SPSS

Kita dapat menyimpulkan dari tabel di atas bahwa data dianggap reliabel karena nilai Cronbach's Alpha-nya lebih dari 0,6.

4.4.3. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menyimpulkan kenormalan distribusi data. Penelitian ini memakai Kolmogorov Smirnov untuk menguji normalitas dari data kuesioner dengan hasil sebagai berikut :

a. jika nilai Signifikasi > 0.05 maka nilai redisual terdistribusi normal

b. jika nilai Signifikasi < 0.05 maka nilai residual tidak terdistribusi normal

Tabel IV. 17 Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters[a.b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97569127
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.051
Test Statistic		.070
Asymp.Sig (2-tailed)[c]		.200[d]
Monte Carlo Sig (2-tailed)[c]	Sig	.583
	99% Confidence Interval — Lower Bound	.570
	99% Confidence Interval — Upper Bound	.596

Sumber : Olah Data SPSS

Uji Normalitas hasil Asymp.Sig (2-tailed)[c] sebesar 0.200, karena nilai 0.200 > 0.05, maka dapat diartikan bawhwa data nilai redisual terdistribusi normal

4.4.4. Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance dan Varian Inflation Factor pada model regresi dapat menentukan pengujian penelitian ini. Uji Mulijolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent dan Model regresi ditandai dengan tidak terjadi interkolerasi antar variabel independent (tidak terjadi gejala multikolinearitas), Kriteria pengambilan keputusan Uji Multikolinearitas adalah sebagai berikut :

a. Melihat nilai Tolerance : Jika nilai Tolerance lebih besar dari > 0.10 maka artinya tidak terjadi mulikolinearitas

b. Melihat nilai VIF : Jika nilai VIF lebih kecil dari < 10.00 maka artinya tidak terjadi mulikolinearitas

Tabel IV. 18 Hasil Uji Multikolinearitas

Cofficients[a]								
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	g	Collinearity Tollerance	Statistics VIF
1	(Costant)	3.559	1.257		2.831	.006		
	Empathize	.186	.102	.246	1.817	.074	.266	3.758
	Define	.161	.106	.174	1.521	.133	.374	2.675
	Ideate	.350	.122	.298	2.860	.006	.449	2.228
	Prototype	.513	.127	.525	4.036	<.001	.288	3.474
	Test	-.369	.095	-.403	-3.902	<.001	.456	2.191

Sumber : Olah Data SPSS

Dari tabel diatas hasil uij multikolinieritas, *Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test* bahwa nilai Tollerance lebih besar > 0.10 dan nilai VIF

dibawah dan lebih kecil > 10.00 maka data pengguna tidak mengalami multikolinieritas

4.4.5. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Pengamatan ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode Glejser. Metode Uji Glejser digunakan dalam Uji Heteroskedastisitas, sedangkan Uji Heteroskedastisitas merupakan salah satu komponen Uji Asumsi Kelas. Uji Glejser merupakan salah satu metode yang biasanya digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi Heteroskedastisitas secara akurat. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

a. Jika nilai signifikans > 0,05 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data terjadi heteroskedastisitas.

Tabel IV. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Cofficients[a]						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1	(Costant)	.456	.740		.616	.540
	Empathize	.022	.060	.090	.361	.720
	Define	.031	.062	.105	.494	.623
	Ideaite	-.001	.072	-.002	-.010	.992
	Prototype	-.026	.075	-.085	-.353	.726
	Test	-.012	.056	-.040	-.208	.836

Sumber : Olah Data SPSS

Dari tabel diatas menyatakan bahwa Uji Heteroskedastisitas dengan Variabel *Empathize, Defince, Ideate, Prototype dan Test* memeliki nilai Sig > 0.05 maka data tersebut tidak jerjadi gejala Heteroskedastisitas dan terpadapat keakuratan pada suatu hasil analisis regresi

4.4.6. Uji T

Uji t digunakan untuk mencari apakah varibel dependen berpengarh signifikan terhadap variabel independen. Dependen dan Variabel Dependen memiliki pengaruh yang signifikan suatu sama laik jika T hitung lebih besar dari tabel. Untuk menghitung nilai T tabel digunakan rumus sebagai berikut

a. Jika Nilai Sig < 0.05 atau T hitung > T tabel maka terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

b. Jika Nilai Sig > 0.05 atau T hitung < T tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y

c. Jika Nilai - T hitung < -T tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y

d. Jika Nilai - T hitung > - T tabel maka tidak terdapat pengaruh terhadap Variabel Y

T tabel = (α/2 ; n-k-1) = (0.025 ; 59) = 2.001

Tabel IV. 20 Hasil Uji T

Cofficients[a]						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1	(Costant)	3.559	1.257		2.831	.006
	Empathize	.186	.102	.246	1.817	.074
	Defince	.161	.106	.174	1.521	.133
	Ideate	.350	.122	.298	2.860	.006
	Prototype	.513	.127	.525	4.036	<.001
	Test	-.369	.095	-.403	-3.902	<.001

Sumber Sumber : Olah Data SPSS

H1: Tedapat pada tabel diatas hasil hipotesis *Empathize* menunjukkan bahwa nilai Sig 0.074 > 0.05 maka *Empathize* tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna

H2: Tedapat pada tabel diatas hasil hipotesis *Define* menunjukkan bahwa nilai Sig 0.133 > 0.05 maka *Define* tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna

H3: Tedapat pada tabel diatas hasil hipotesis *Ideate* menunjukkan bahwa nilai Sig 0.006 > 0.05 maka *Ideate* tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna

H4: Tedapat pada tabel diatas hasil hipotesis *Prototype* menunjukkan bahwa nilai Sig 0.001 < 0.05 maka *Prototype* terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna

H5: Tedapat pada tabel diatas hasil hipotesis *Test* menunjukkan bahwa nilai Sig 0.001 < 0.05 maka *Test* terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna

4.4.7. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingakatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F < 0.05 maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). 2.37

a. Jika nilai Sig < 0.05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh Variabel X secara simultan terhadap Variabel Y

b. Jika nilai Sig > 0.05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh Variabel X secara simultan terhadap Variabel Y

F tabel : F(k ; n – k) = F (5 ; 60) = 2.37

Tabel IV. 21 Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.474	5	30.295	29.337	<.001[b]
	Residual	60.926	59	1.033		
	Total	212.400	64			

Sumber : Olah Data SPSS

Dari tabel diatas Uji F medapatkan nilai Sig 0.001 < 0.05 atau F hitung lebih > F tabel, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Variabel *Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test* secara simultan terhadap variabel Y (Kepuasan Pengguna)

4.4.8. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi (R2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dan nilainya berkisa antara nol sampai satu. Adjusted R Square untuk mengetahui besaran pengaruh independent terhadap variabel dependent.

Tabel IV. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844[a]	.713	.689	1.016

Sumber : Olah Data SPSS

Dari Output diatas didapatkan nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.713 yang artinya pengaruh (X) terhadap variabel (Y) Kepuasan Pengguna sebesar 71.3%

4.4.9. Uji Hipotesis

Hasil analisis kepuasan pengguna terhadap Website Furniture, yang didasarkan pada metode *Desaign Thinking*, adalah sebagai berikut :

a. Hipotesis Pertama (H1) Hasil Koesioner menunjukkan bahwa 81.2% pengguna setuju bahwa *Empathize* pada Website Furniture (*Oscarliving.co.id*) sudah baik. Dengan demikian, H1 dan H0 dapat diterima

b. Hipotesis Kedua (H2) Hasil Koesioner menunjukkan bahwa 83.9% pengguna setuju bahwa *Define* pada Website Furniture (*Oscarliving.co.id*) sudah baik. Dengan demikian, H2 dan H0 dapat diterima

c. Hipotesis Ketiga (H3) Hasil Koesioner menunjukkan bahwa 75.7% pengguna setuju bahwa *Ideate* pada Website Furniture (*Oscarliving.co.id*) sudah cukup baik. Dengan demikian, H3 dan H0 dapat diterima

d. Hipotesis Keempat (H4) Hasil Koesioner menunjukkan bahwa 84.6% pengguna setuju bahwa *Prototype* pada Website Furniture (*Oscarliving.co.id*) sudah baik. Dengan demikian, H4 dan H0 dapat diterima

e. Hipotesis Kelima (H5) Hasil Koesioner menunjukkan bahwa 74.3% pengguna setuju bahwa *Test* pada Website Furniture (*Oscarliving.co.id*) sudah baik. Dengan demikian, H5 dan H0 dapat diterima

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah melakukan pengumpulan data, uji instrumen dan analisis menggunakan metode *Design Thinking.* Metode Design terdiri dari lima Variabel yaitu independent Empathize (X1), Define(X2), Ideate(X3), Prototype(X4) dan Test (X5) dan variabel Kepuasan Pengguna(Y). Kesimpulan pada analisis peneilitian ini dimaksudkan untuk memberikan jawaban dan pertanyaan yang diajukan oleh rumusan masalah sehingga peneliti dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan dari variabel – variabel ini sebagai berikut:

1. Data yang telah dikumpulkan dari penelitian ini ditunjukkan valid pada Uji Validitas secara keseluruhan, dengan nilai Sig <0.05 dan nilai Cronbach's Alpa > 0.06 Ini menunjukkan bahwa pertanyaan kuesioner, sebagai instumen penelitian, dapat diterima dan dapat di percaya

2. Data yang telah dikumpulkan dari penilitian ini meniyumpulkan kenormalan distribusi data pada Uji Normalitas dengan nilai Asymp.Sig (2-tailed)[c] 0.200>0.05 ini menujukkan bahwa data tersitribusi secara normal

3. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa dari lima variabel yang telah diuji (*Empathize*, *Define*, *Ideate, Prototype dan Test*). *Empathize, Define,* dan *Ideate* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, Sebaliknya *Prototype* dan *Test* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

4. Hasil data yang telah dikumpulkan dapat mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap varibel depende. Dengan nilai Sig 0.001 atau F hitung lebih > F tabel, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Variabel *Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test* secara simultan terhadap varibael Y (Kepuasan Pengguna)

5. Hasil dari uji Hipotesis pengaruh terbesar terdapat pada variabel *Prototype* sebesar 84.6% yang dapat diartikan bahwa rancangan awal atau desain awal dari sebuah

5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan saran untuk pengguna Website Oscarliving.co.id terus di pertahankan dan ditingkatkan dalam hal *Empathize, Define* dan *Ideate* untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pengguna PT. OSCAR MITRA SUKSES SEJAHTERA Tbk.

DAFTAR PUSTAKA

Adiningati, B. (n.d.). *Experience (UX) Website E-Commerce pada Clothing Line " Poracota " dengan Metode User Centered Design (UCD) dan Single Ease Question*. 1–9.

Agus, F., Putra, G. M., Kamil, Z. A., Arifin, I., & Gifari, O. I. (2022). Peningkatan Kemampuan Analisis Statistik Kuantitatif Pada Riset Eksperimen Dengan Metode Workshop. *PLAKAT : Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, *4*(2), 243. https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8954

Agustian, R., Gede, I., & Darmawan, A. (2021). Aplikasi E-Marketing Dengan Responsive Web Design Sebagai Sarana Pemasaran (Studi Kasus: Pt Asia Crackers Jaya). *Repoteknologi.Id*, *1*(13), 2021.

Anisah Garno, A. S. (2024). *Analisis User Experience Pada Website Magang Informatika Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus : Fakultas Ilmu Komputer)*. *8*(4), 6067–6074.

Ardila, E., Aminuallah, C., & Informasi, S. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Pesan Antar Dalam Kota Menggunakan Metode Design Thinking. *Teknologiterkini.Org*, *2*(12), 2022–2023. https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/1597

Aryansyah, D. F., Sokibi, P., & Fahrudin, R. (2023). Perancangan Design UI/UX Aplikasi Penjualan Store Pakaian Dengan Metode Design Thinking Berbasis Android. *Jurnal Manajemen Informatika, Sistem Informasi Dan Teknologi Komputer (JUMISTIK)*, *2*(1), 128–135.

https://doi.org/10.70247/jumistik.v2i1.19

Bina, U., Informatika, S., Ajem, M. A. N., & Fo, E. N. (2024). *P en g aru h P em asaran O m n i-C h an n el d an P erso n ilisasi Terh ad ap K u sto m isasi P ro d u k (S tu d i K asu s P en ju alan N o m S p ace C o ffee) A n a R a m a d h aya n ti*. *8*(1), 1–13.

Blibli, M. E., & Metode, M. (2024). *https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi*. *5*(8).

Hariyanto, M., Kholiq, M., Yani, A., & Narti. (2020). Inti nusa mandiri. *Inti Nusa Mandiri*, *14*(2), 133–138.

Hidayat, W. F., Malau, Y., Purnama, R. A., & Setiadi, A. (2024). Penerapan Model Design Thinking Pada Perancangan Aplikasi Informasi Desa Wisata Kabupaten Bantul. *Computer Science (CO-SCIENCE)*, *4*(2), 133–140. https://doi.org/10.31294/coscience.v4i2.3459

History, A., Attribution-, C., & License, I. (2024). *10.8734/Kohesi.v1i2.365*. *4*(10), 1–14.

Husein Umar. (2020). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 1–12.

Kresna A, I., & Yuliana, D. (2022). Rancang Bangun User Interface (Ui) Dan User Experience (Ux) Pada Sistem Informasi Pengarsipan Dokumen Berbasis Website Di Kabupaten Tegal. *LEDGER : Journal Informatic and Information Technology*, *1*(2), 29–38. https://doi.org/10.20895/ledger.v1i2.828

Ladita, P. (2020). Analisis Penerapan Aplikasi Android Tokocrypto Menggunakan Pendekatan Design Thinking Dibantu Dengan Platform Design Toolkit V.2. *Analisis Penerapan Aplikasi Android Tokocrypto Menggunakan Pendekatan*

Design Thinking Dibantu Dengan Platform Design Toolkit V.2, 1–132.

Nurliana, F., Hanifati, G., & Ali, F. (2022). Analisis User Experience terhadap User Interface Website dengan Design Thinking. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, *6*(02), 971–991. https://doi.org/10.61344/magenta.v6i02.90

Nurmaharani, S., & Heriyanto. (2023). Analisa Dan Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penjualan Menggunakan Metode Design Thinking Pada Cv. Multi Ban Oto Servis Bekasi. *INFOTECH Journal*, *9*(1), 46–53. https://doi.org/10.31949/infotech.v9i1.4393

Ochktavia, T. C., & Hayuningtyas, R. Y. (2022). Perancangan Website Penjualan Mainan Menggunakan Metode Design Thinking Pada PT. Lestari Giat Jaya. *Simpatik: Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, *2*(2), 88–95.

Prayitno, E., Suprawoto, T., & Perdana, I. J. (2024). Perancangan Ulang User Interface Sistem Informasi Akademik dengan Metode Design Thinking. *Jurnal Informatika Komputer, Bisnis Dan Manajemen*, *22*(2), 51–58. https://doi.org/10.61805/fahma.v22i2.132

Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear BergandaUntuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas SimalungunDi Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, *5*(2), 202–208.

Subhan. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Stusi Kasus Pada Konsumen Market Place Shopee Kota Ternate). *Jurnal Ilmu Manajemen*, *12*(1), 35–46. https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4559.

Summayan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Pada Shopee Kelurahan Sunter Jaya Jakarta Utara). *Repository STEI. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, *9*, 39.

Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Kaos GL Dergisi*, *8*(75), 147–154.

Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Buku Uji Persyaratan Analisis. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. *3*(2), 96–102.

BINA SARANA INFORMATIKA UNIVERSITAS

Skripsi Enrico Fadila_17200921

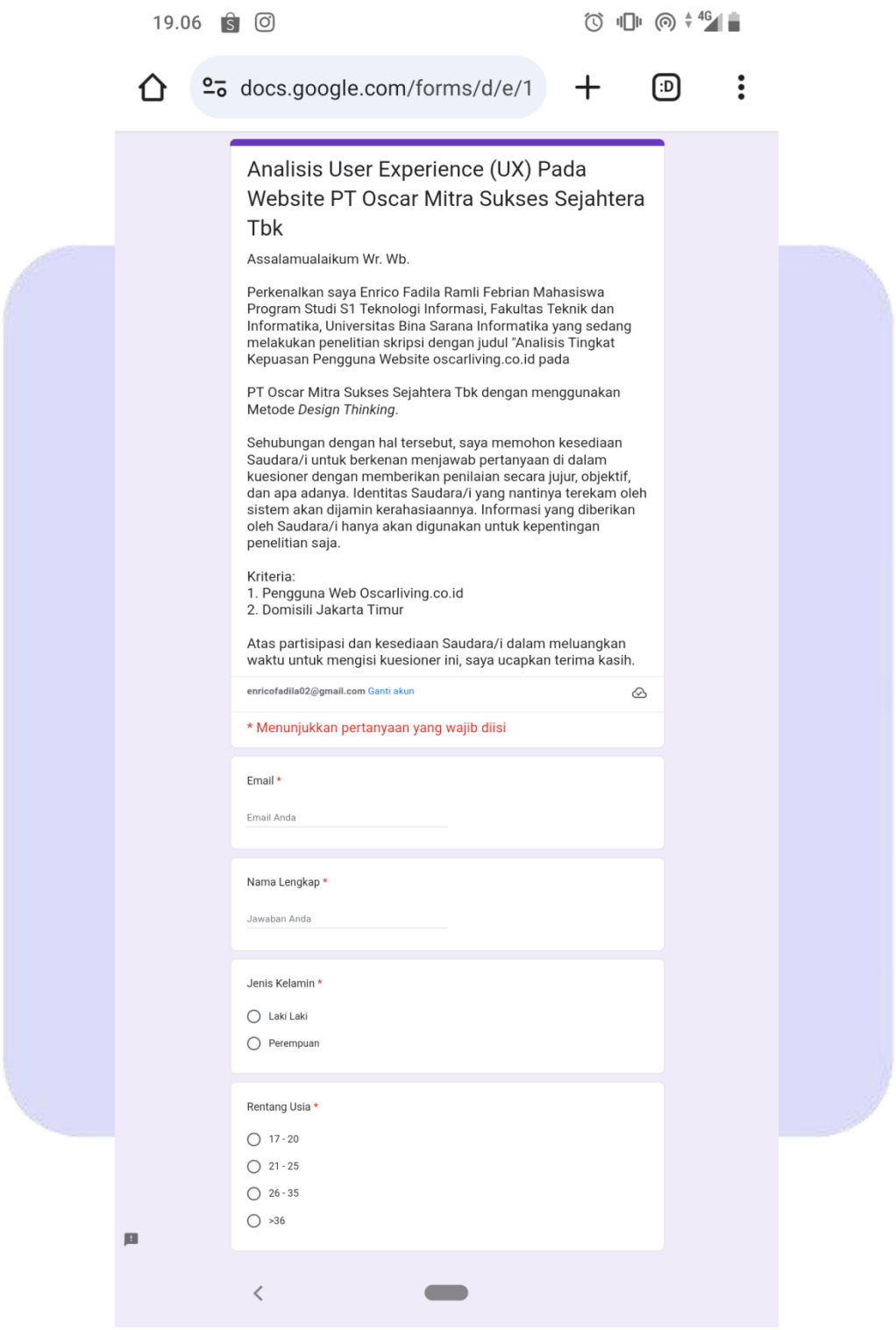
ORIGINALITY REPORT

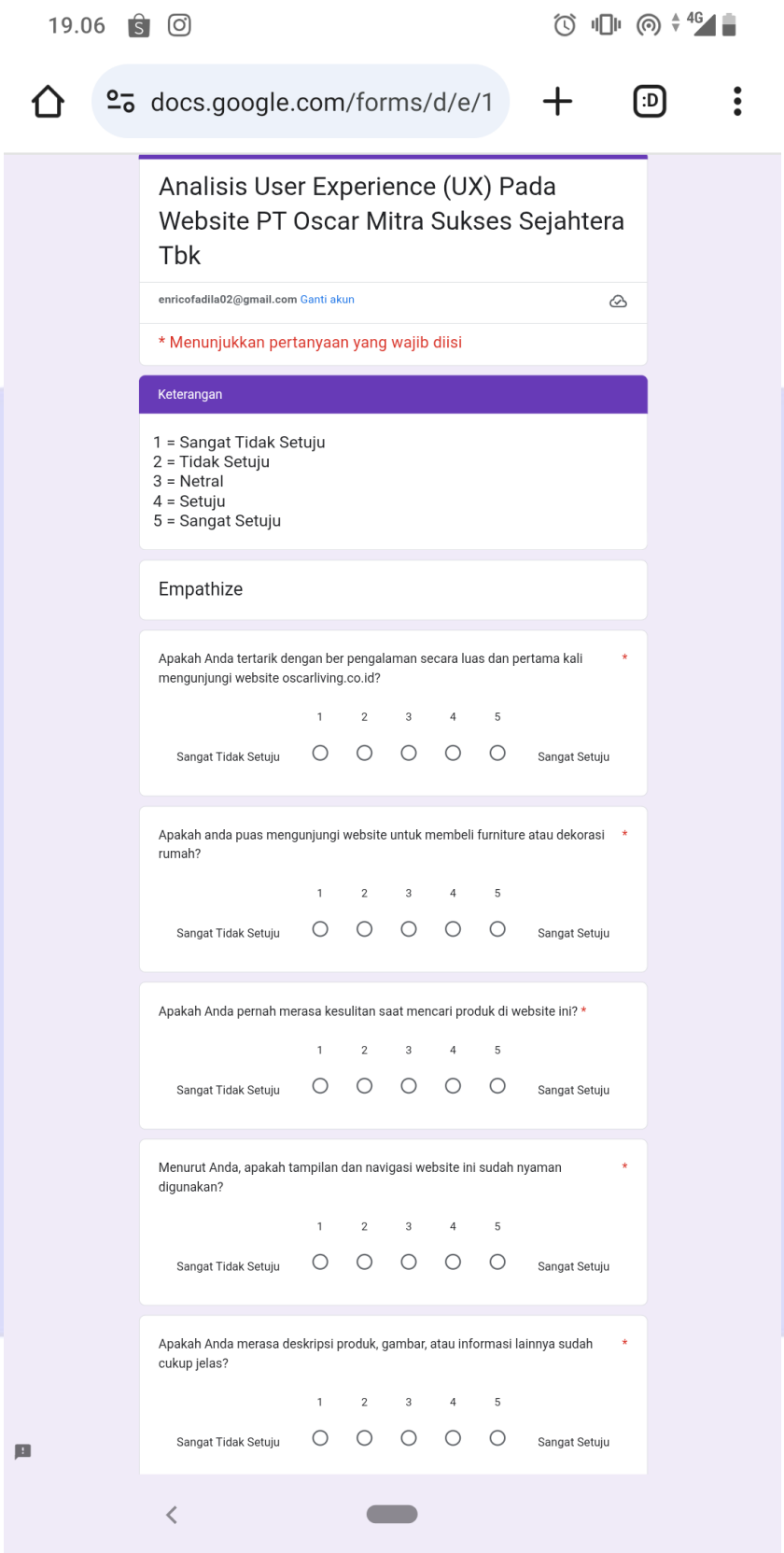
24%	23%	14%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

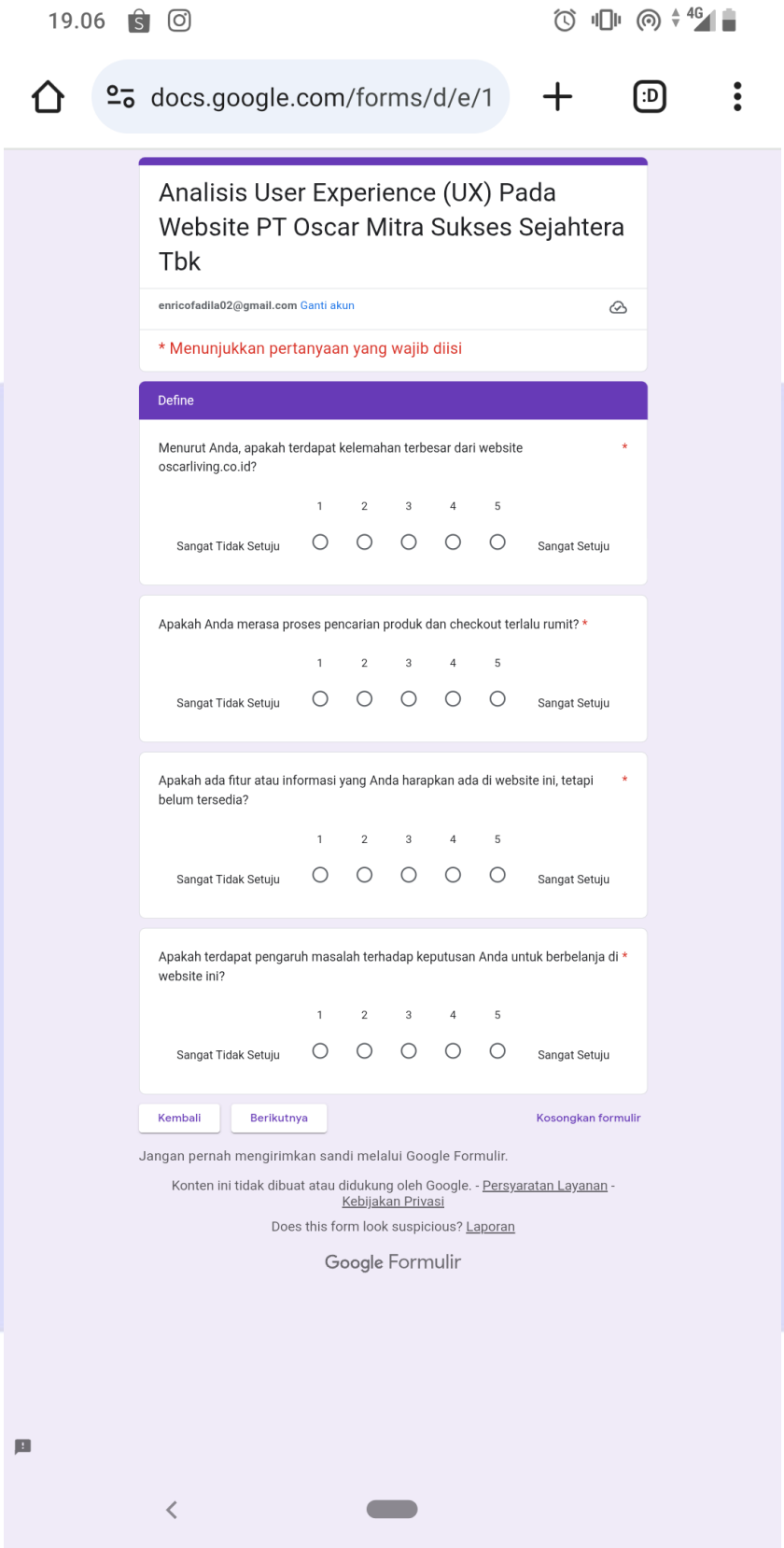
PRIMARY SOURCES

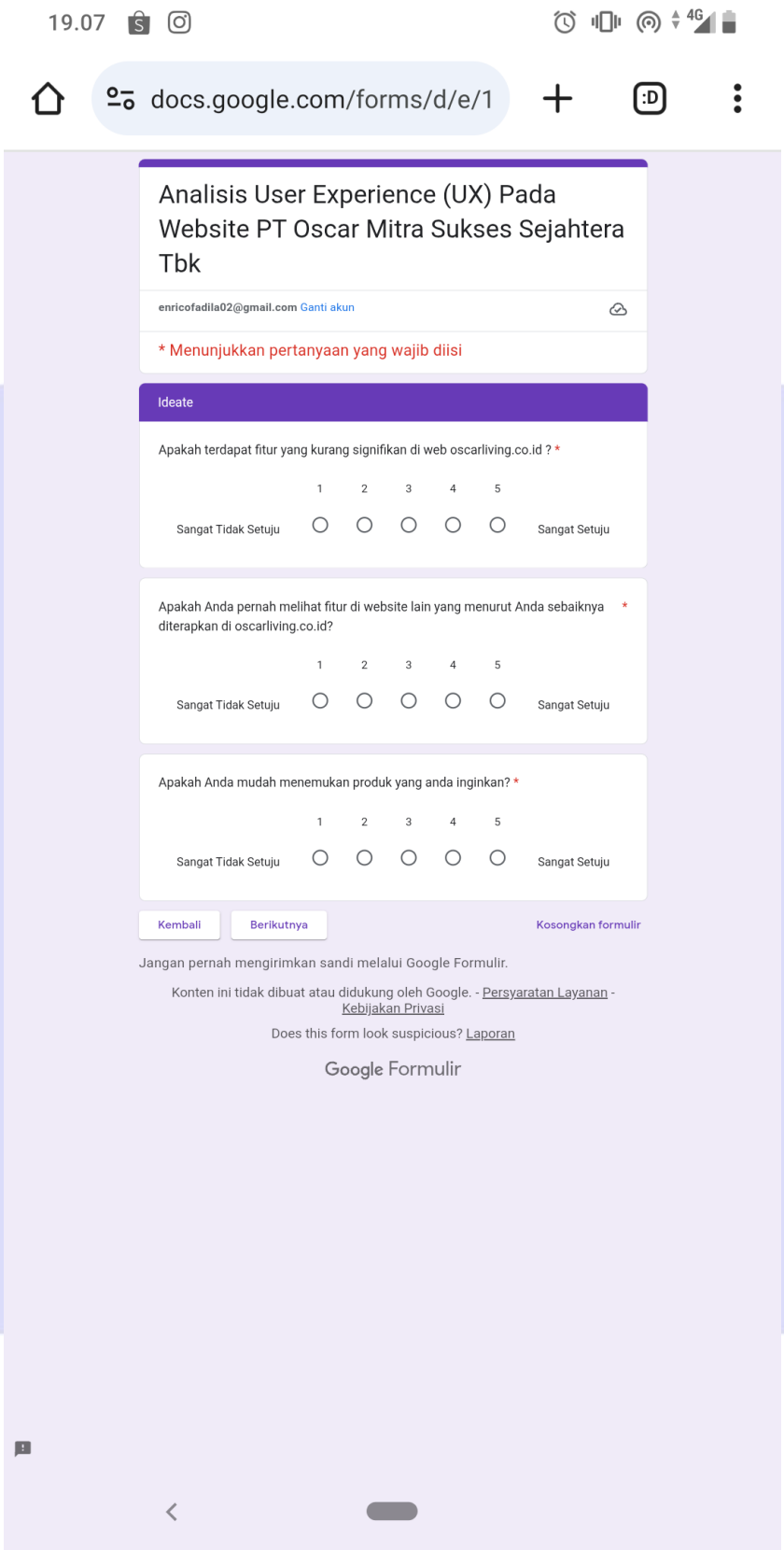
1	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
2	repositori.uma.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
4	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%
6	www.idnfinancials.com Internet Source	1%
7	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
8	repo.pelitabangsa.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%

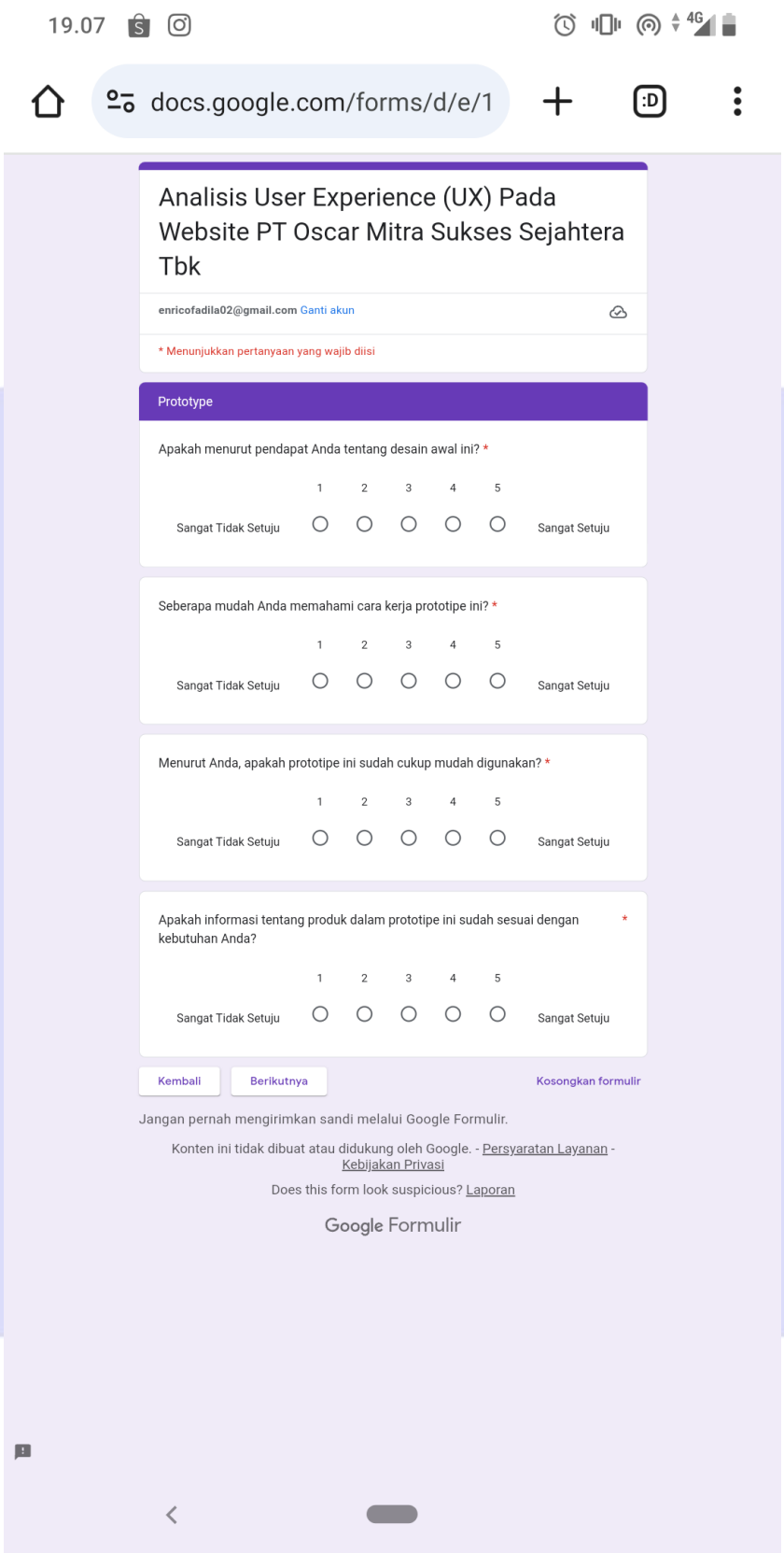
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

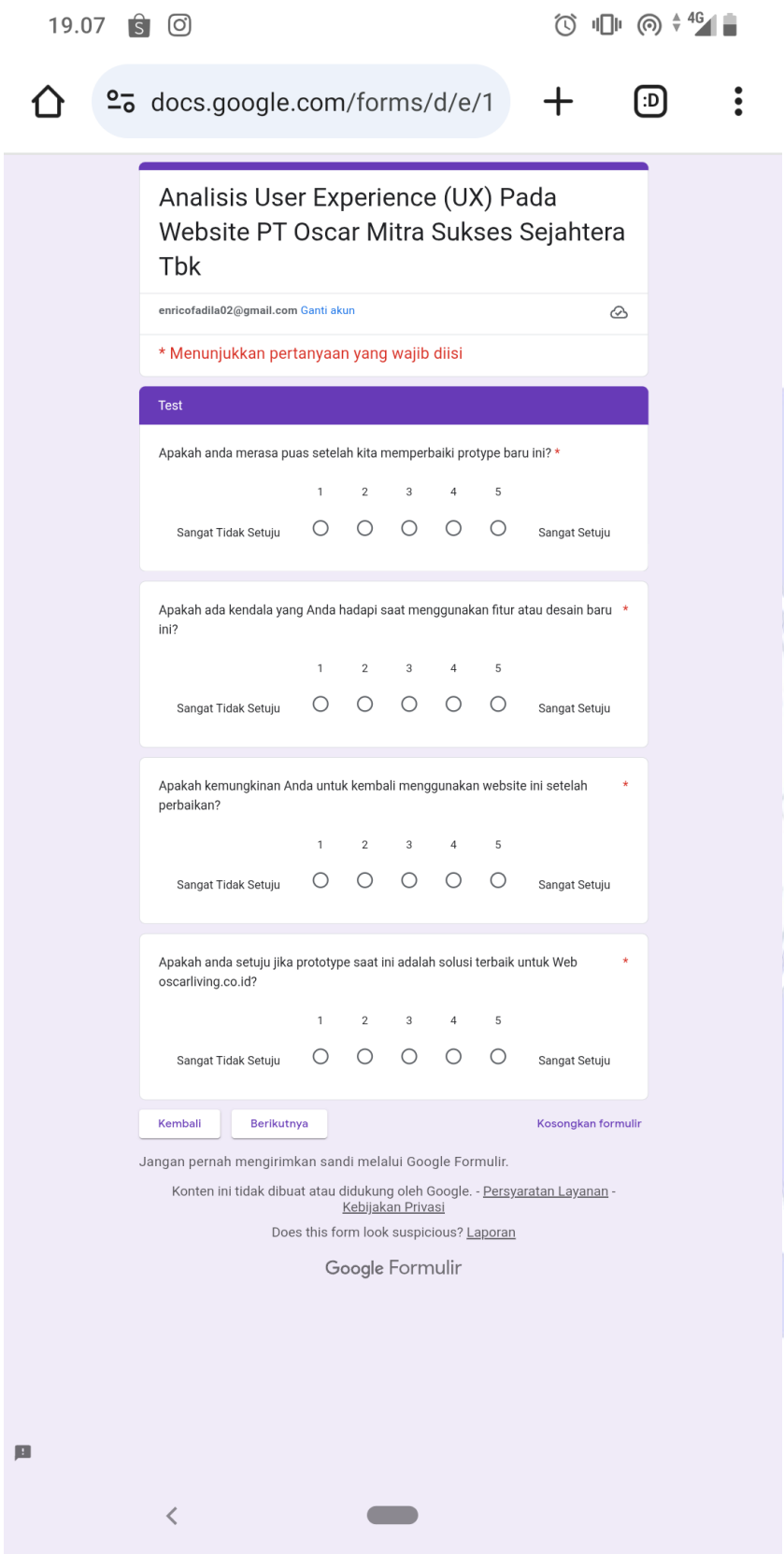



19.06
docs.google.com/forms/d/e/1
Analisis User Experience (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk
enricofadila02@gmail.com Ganti akun
* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi
Keterangan
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju
Empathize
Apakah Anda tertarik dengan ber pengalaman secara luas dan pertama kali mengunjungi website oscarliving.co.id? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah anda puas mengunjungi website untuk membeli furniture atau dekorasi rumah? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah Anda pernah merasa kesulitan saat mencari produk di website ini? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Menurut Anda, apakah tampilan dan navigasi website ini sudah nyaman digunakan? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah Anda merasa deskripsi produk, gambar, atau informasi lainnya sudah cukup jelas? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju


19.06
docs.google.com/forms/d/e/1
Analisis User Experience (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk
enricofadila02@gmail.com Ganti akun
* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi
Define
Menurut Anda, apakah terdapat kelemahan terbesar dari website oscarliving.co.id? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah Anda merasa proses pencarian produk dan checkout terlalu rumit? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah ada fitur atau informasi yang Anda harapkan ada di website ini, tetapi belum tersedia? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah terdapat pengaruh masalah terhadap keputusan Anda untuk berbelanja di website ini? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Kembali
Berikutnya
Kosongkan formulir
Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.
Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi
Does this form look suspicious? Laporan
Google Formulir


19.07
docs.google.com/forms/d/e/1
Analisis User Experience (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk
enricofadila02@gmail.com Ganti akun
* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi
Ideate
Apakah terdapat fitur yang kurang signifikan di web oscarliving.co.id ? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah Anda pernah melihat fitur di website lain yang menurut Anda sebaiknya diterapkan di oscarliving.co.id? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah Anda mudah menemukan produk yang anda inginkan? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Kembali
Berikutnya
Kosongkan formulir
Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.
Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi
Does this form look suspicious? Laporan
Google Formulir


19.07
docs.google.com/forms/d/e/1
Analisis User Experience (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk
enricofadila02@gmail.com Ganti akun
* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi
Prototype
Apakah menurut pendapat Anda tentang desain awal ini? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Seberapa mudah Anda memahami cara kerja prototipe ini? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Menurut Anda, apakah prototipe ini sudah cukup mudah digunakan? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah informasi tentang produk dalam prototipe ini sudah sesuai dengan kebutuhan Anda? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Kembali
Berikutnya
Kosongkan formulir
Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.
Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi
Does this form look suspicious? Laporan
Google Formulir



Analisis User Experience (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk

enricofadila02@gmail.com Ganti akun

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Test

Apakah anda merasa puas setelah kita memperbaiki protype baru ini? *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Apakah ada kendala yang Anda hadapi saat menggunakan fitur atau desain baru ini? *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Apakah kemungkinan Anda untuk kembali menggunakan website ini setelah perbaikan? *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

Apakah anda setuju jika prototype saat ini adalah solusi terbaik untuk Web oscarliving.co.id? *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	○	○	○	○	○	Sangat Setuju

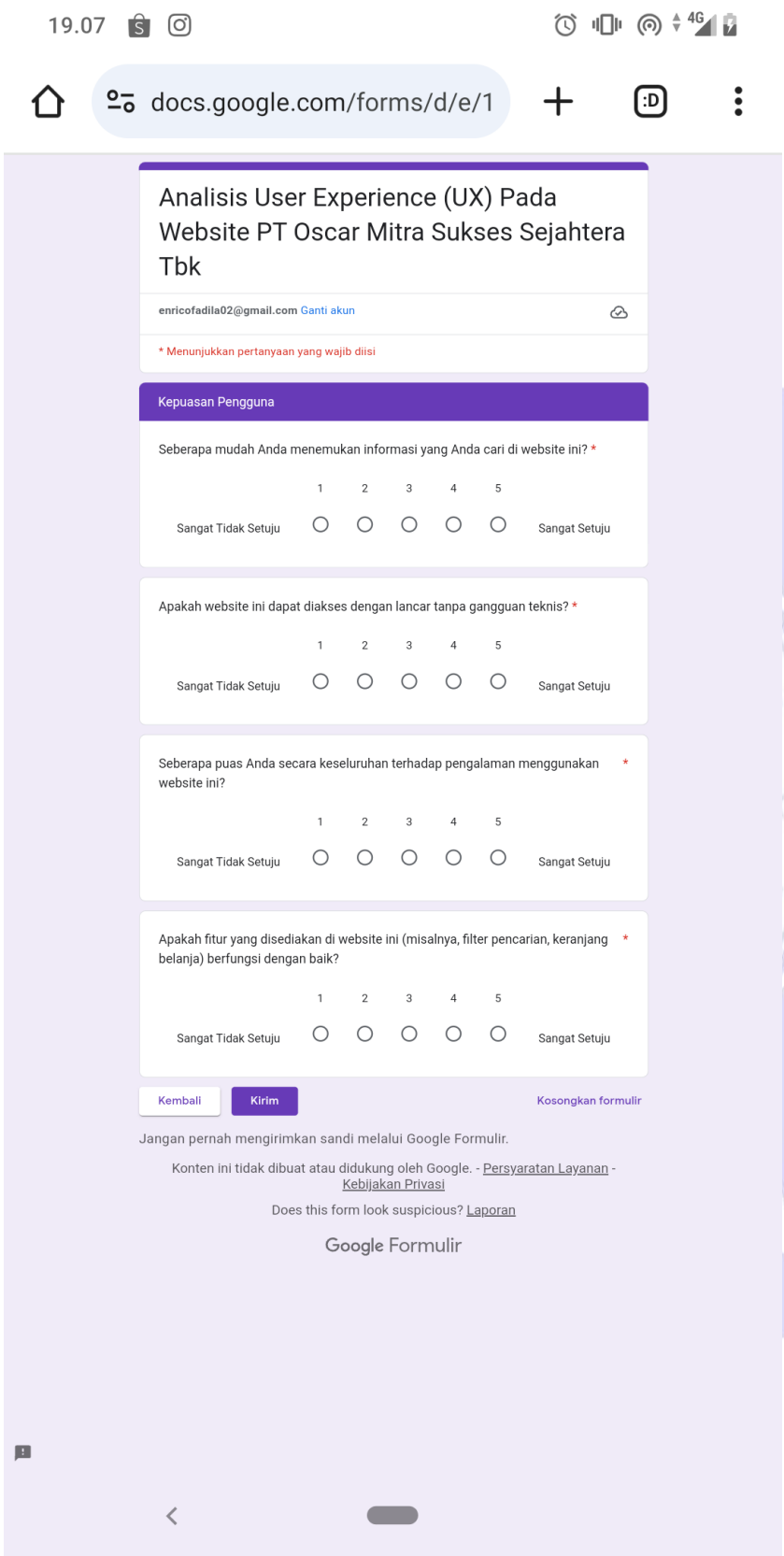
Kembali Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Does this form look suspicious? Laporan

Google Formulir


19.07
docs.google.com/forms/d/e/1
Analisis User Experience (UX) Pada Website PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk
enricofadila02@gmail.com Ganti akun
* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi
Kepuasan Pengguna
Seberapa mudah Anda menemukan informasi yang Anda cari di website ini? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah website ini dapat diakses dengan lancar tanpa gangguan teknis? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Seberapa puas Anda secara keseluruhan terhadap pengalaman menggunakan website ini? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Apakah fitur yang disediakan di website ini (misalnya, filter pencarian, keranjang belanja) berfungsi dengan baik? *
1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju
Sangat Setuju
Kembali
Kirim
Kosongkan formulir
Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.
Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi
Does this form look suspicious? Laporan
Google Formulir

Lampiran 2 Data SPSS

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.281*	.733**	.259*	.440**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.023	<.001	.037	<.001	<.001
	N	65	65	65	65	65	65
X1.2	Pearson Correlation	.281*	1	.379**	.339**	.346**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.023		.002	.006	.005	<.001
	N	65	65	65	65	65	65
X1.3	Pearson Correlation	.733**	.379**	1	.285*	.466**	.790**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002		.021	<.001	<.001
	N	65	65	65	65	65	65
X1.4	Pearson Correlation	.259*	.339**	.285*	1	.327**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.037	.006	.021		.008	<.001
	N	65	65	65	65	65	65
X1.5	Pearson Correlation	.440**	.346**	.466**	.327**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005	<.001	.008		<.001
	N	65	65	65	65	65	65
TOTALX1	Pearson Correlation	.746**	.655**	.790**	.628**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	65	65	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.343**	.302*	.434**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.005	.015	<.001	<.001
	N	65	65	65	65	65
X2.2	Pearson Correlation	.343**	1	.498**	.359**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.005		<.001	.003	<.001
	N	65	65	65	65	65
X2.3	Pearson Correlation	.302*	.498**	1	.337**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.015	<.001		.006	<.001
	N	65	65	65	65	65
X2.4	Pearson Correlation	.434**	.359**	.337**	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.006		<.001
	N	65	65	65	65	65
TOTALX2	Pearson Correlation	.715**	.752**	.747**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	65	65	65	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.251*	.427**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.044	<.001	<.001
	N	65	65	65	65
X3.2	Pearson Correlation	.251*	1	.305*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.044		.013	<.001
	N	65	65	65	65
X3.3	Pearson Correlation	.427**	.305*	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.013		<.001
	N	65	65	65	65
TOTALX3	Pearson Correlation	.732**	.708**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTALX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.328**	.358**	.127	.627**
	Sig. (2-tailed)		.008	.003	.315	<.001
	N	65	65	65	65	65
X4.2	Pearson Correlation	.328**	1	.479**	.309*	.755**
	Sig. (2-tailed)	.008		<.001	.012	<.001
	N	65	65	65	65	65
X4.3	Pearson Correlation	.358**	.479**	1	.358**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001		.003	<.001
	N	65	65	65	65	65
X4.4	Pearson Correlation	.127	.309*	.358**	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.315	.012	.003		<.001
	N	65	65	65	65	65
TOTALX4	Pearson Correlation	.627**	.755**	.786**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	65	65	65	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTALX5
X5.1	Pearson Correlation	1	.194	.608**	.094	.681**
	Sig. (2-tailed)		.121	<.001	.455	<.001
	N	65	65	65	65	65
X5.2	Pearson Correlation	.194	1	.291*	.222	.602**
	Sig. (2-tailed)	.121		.019	.075	<.001
	N	65	65	65	65	65
X5.3	Pearson Correlation	.608**	.291*	1	.331**	.818**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.019		.007	<.001
	N	65	65	65	65	65
X5.4	Pearson Correlation	.094	.222	.331**	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.455	.075	.007		<.001
	N	65	65	65	65	65
TOTALX5	Pearson Correlation	.681**	.602**	.818**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	65	65	65	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.263*	.428**	.387**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.034	<.001	.001	<.001
	N	65	65	65	65	65
Y2	Pearson Correlation	.263*	1	.263*	.485**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.034		.035	<.001	<.001
	N	65	65	65	65	65
Y3	Pearson Correlation	.428**	.263*	1	.284*	.673**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.035		.022	<.001
	N	65	65	65	65	65
Y4	Pearson Correlation	.387**	.485**	.284*	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.022		<.001
	N	65	65	65	65	65
TOTALY	Pearson Correlation	.733**	.705**	.673**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	65	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	24

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			65
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.97569127
Most Extreme Differences	Absolute		.070
	Positive		.070
	Negative		-.051
Test Statistic			.070
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.583
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.570
		Upper Bound	.596

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	3.559	1.257		2.831	.006		
	TOTALX1	.186	.102	.246	1.817	.074	.266	3.758
	TOTALX2	.161	.106	.174	1.521	.133	.374	2.675
	TOTALX3	.350	.122	.298	2.860	.006	.449	2.228
	TOTALX4	.513	.127	.525	4.036	<.001	.288	3.474
	TOTALX5	-.369	.095	-.403	-3.902	<.001	.456	2.191

a. Dependent Variable: TOTALY

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.456	.740		.616	.540
	TOTALX1	.022	.060	.090	.361	.720
	TOTALX2	.031	.062	.105	.494	.623
	TOTALX3	-.001	.072	-.002	-.010	.992
	TOTALX4	-.026	.075	-.085	-.353	.726
	TOTALX5	-.012	.056	-.040	-.208	.836

a. Dependent Variable: Abs_RES

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.559	1.257		2.831	.006
	TOTALX1	.186	.102	.246	1.817	.074
	TOTALX2	.161	.106	.174	1.521	.133
	TOTALX3	.350	.122	.298	2.860	.006
	TOTALX4	.513	.127	.525	4.036	<.001
	TOTALX5	-.369	.095	-.403	-3.902	<.001

a. Dependent Variable: TOTALY

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.474	5	30.295	29.337	<.001[b]
	Residual	60.926	59	1.033		
	Total	212.400	64			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3, TOTALX4, TOTALX1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844[a]	.713	.689	1.016

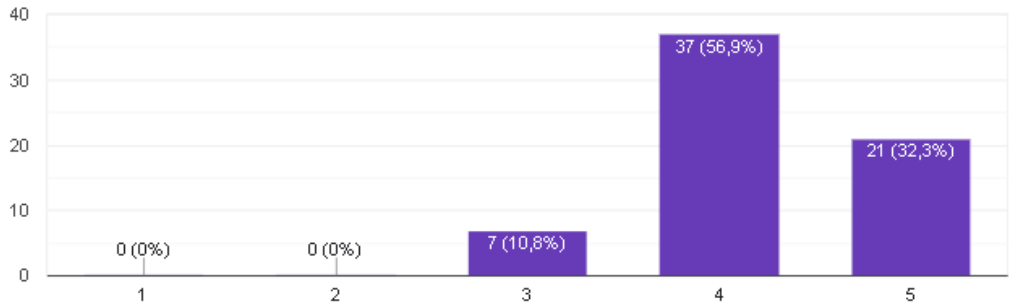
a. Predictors: (Constant), TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3, TOTALX4, TOTALX1

Lampiran 3 Data Indeks Google Form

Apakah Anda tertarik dengan ber pengalaman secara luas dan pertama kali mengunjungi website oscarliving.co.id?

Salin diagram

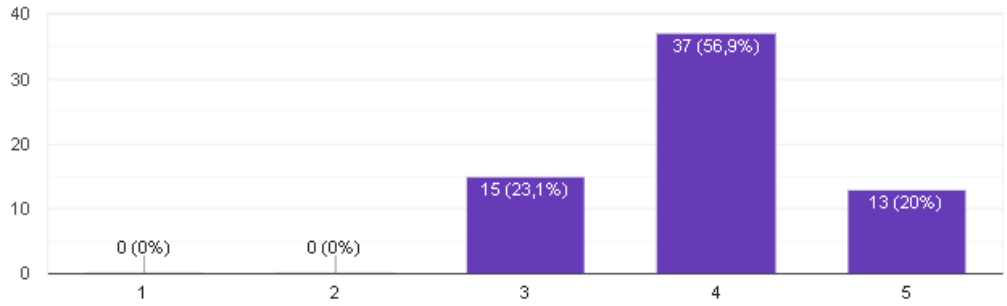
65 jawaban



Apakah anda puas mengunjungi website untuk membeli furniture atau dekorasi rumah?

Salin diagram

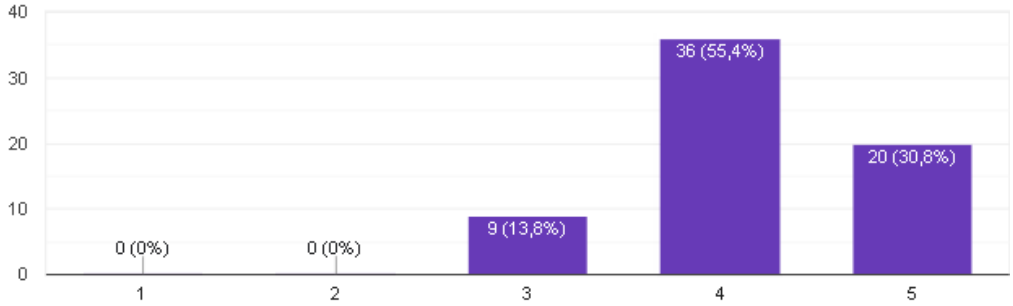
65 jawaban



Apakah Anda pernah merasa kesulitan saat mencari produk di website ini?

Salin diagram

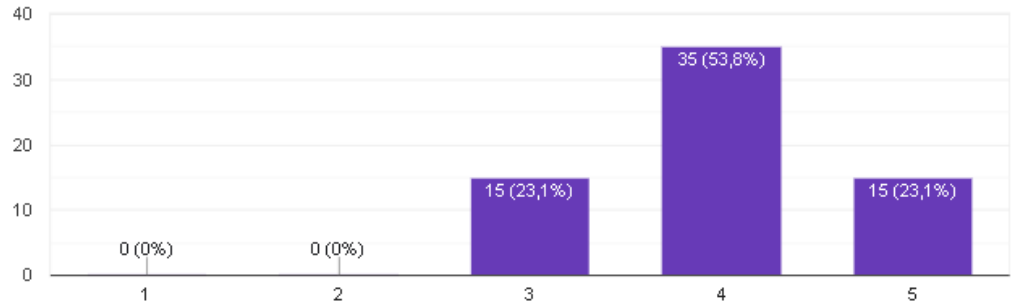
65 jawaban



Menurut Anda, apakah tampilan dan navigasi website ini sudah nyaman digunakan?

Salin diagram

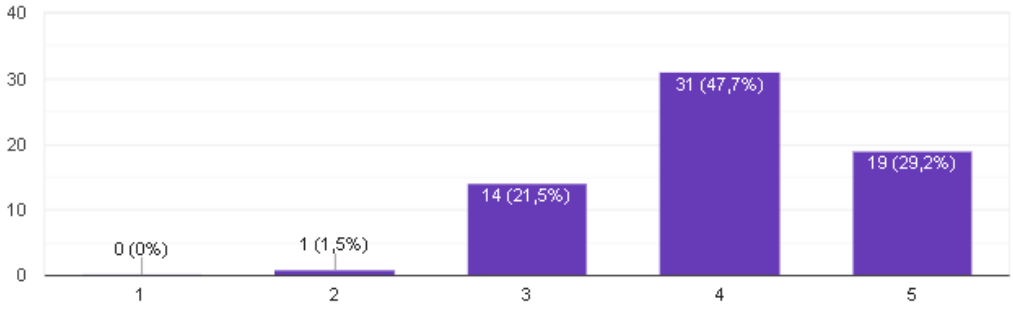
65 jawaban



Apakah Anda merasa deskripsi produk, gambar, atau informasi lainnya sudah cukup jelas?

Salin diagram

65 jawaban

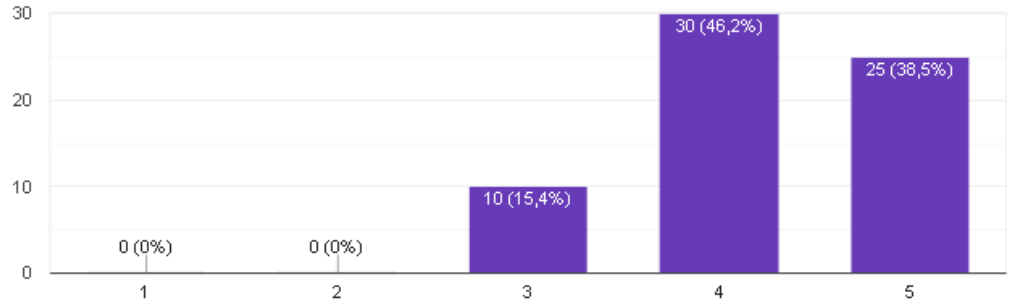


Define

Menurut Anda, apakah terdapat kelemahan terbesar dari website oscarliving.co.id?

Salin diagram

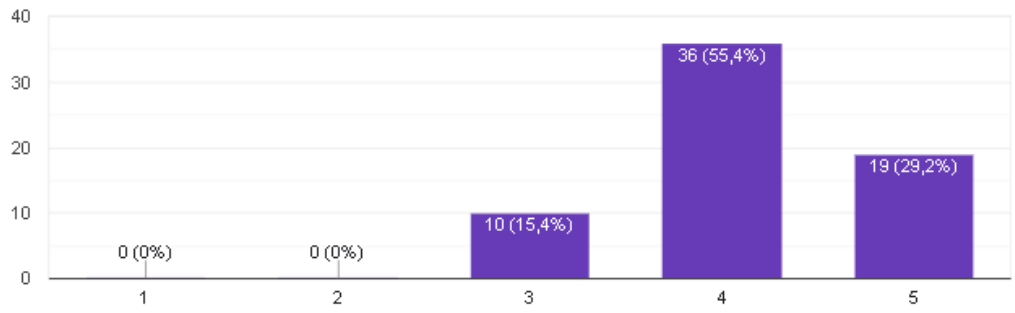
65 jawaban



Apakah Anda merasa proses pencarian produk dan checkout terlalu rumit?

Salin diagram

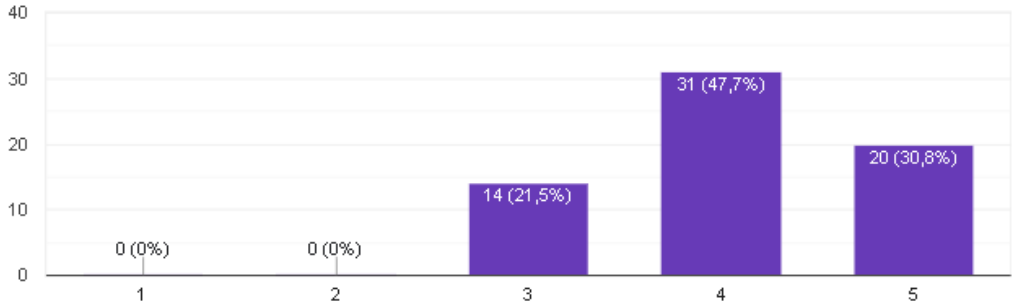
65 jawaban



Apakah ada fitur atau informasi yang Anda harapkan ada di website ini, tetapi belum tersedia?

Salin diagram

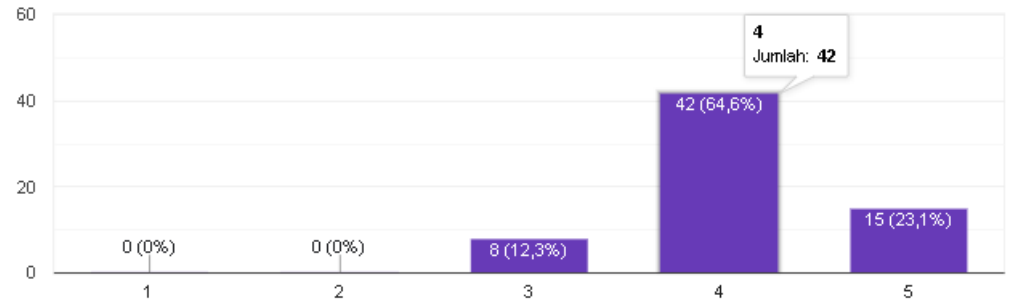
65 jawaban



Apakah terdapat pengaruh masalah terhadap keputusan Anda untuk berbelanja di website ini?

Salin diagram

65 jawaban

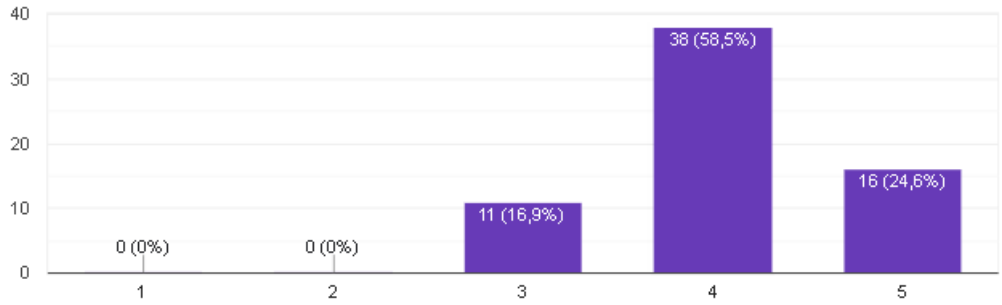


Ideate

Apakah terdapat fitur yang kurang signifikan di web oscarliving.co.id ?

Salin diagram

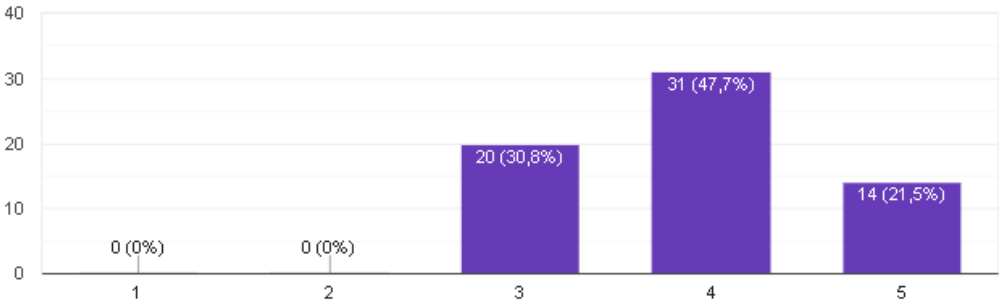
65 jawaban



Apakah Anda pernah melihat fitur di website lain yang menurut Anda sebaiknya diterapkan di oscarliving.co.id?

Salin diagram

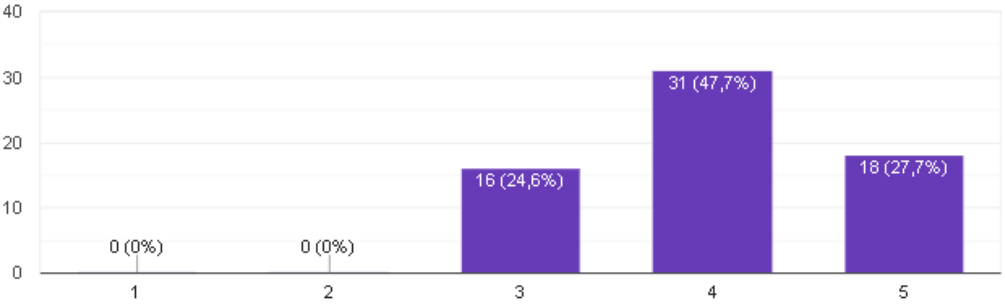
65 jawaban



Apakah Anda mudah menemukan produk yang anda inginkan?

Salin diagram

65 jawaban

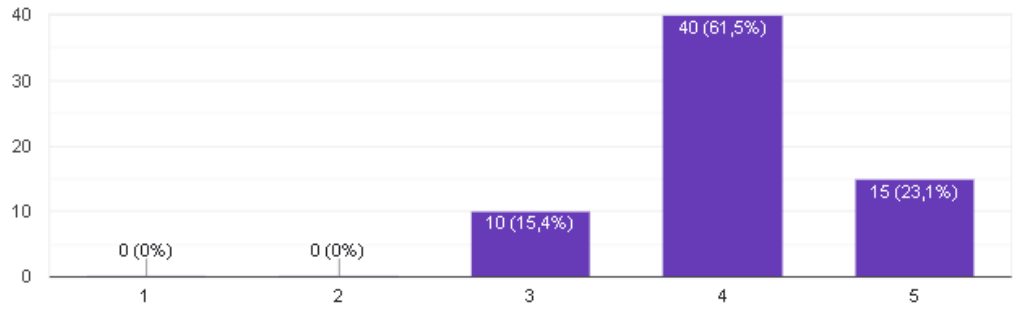


Prototype

Apakah menurut pendapat Anda tentang desain awal ini?

Salin diagram

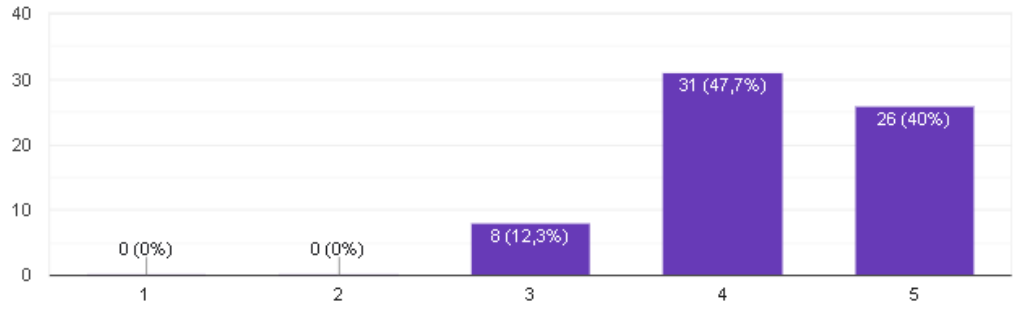
65 jawaban



Seberapa mudah Anda memahami cara kerja prototipe ini?

Salin diagram

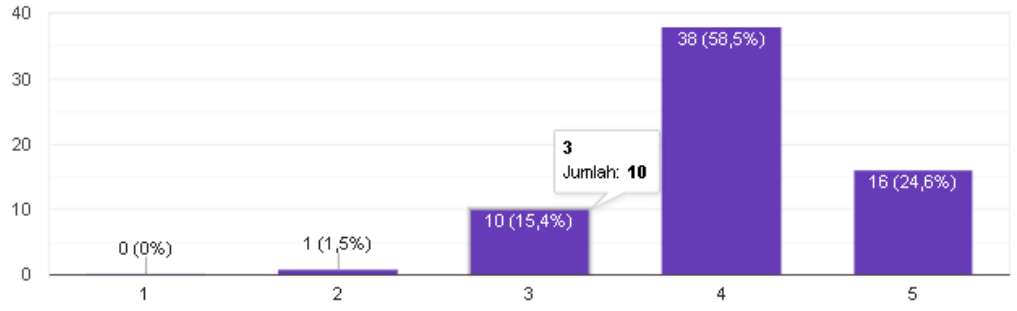
65 jawaban



Menurut Anda, apakah prototipe ini sudah cukup mudah digunakan?

Salin diagram

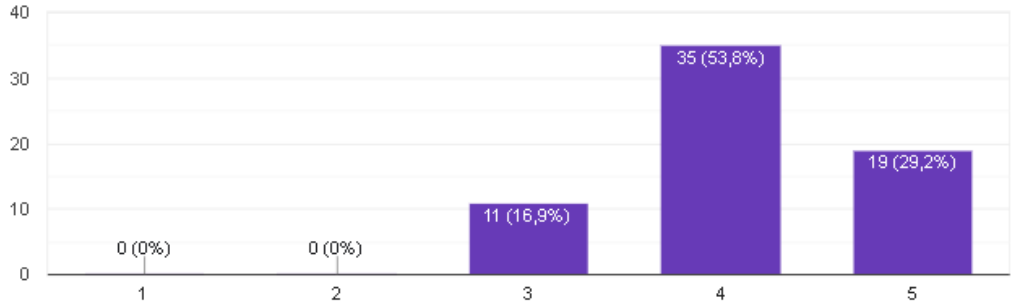
65 jawaban



Apakah informasi tentang produk dalam prototipe ini sudah sesuai dengan kebutuhan Anda?

Salin diagram

65 jawaban

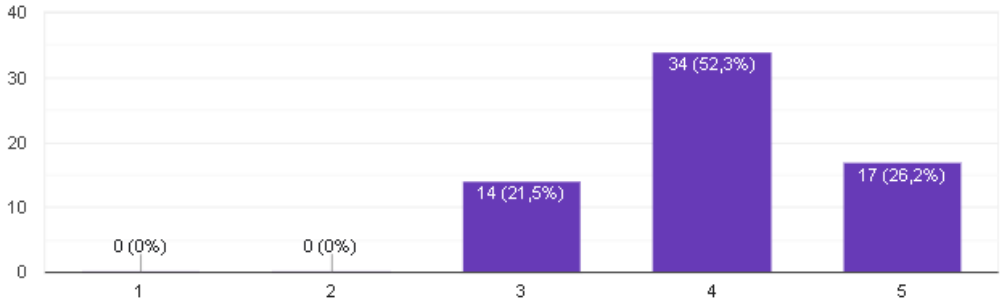


Test

Apakah anda merasa puas setelah kita memperbaiki protype baru ini?

Salin diagram

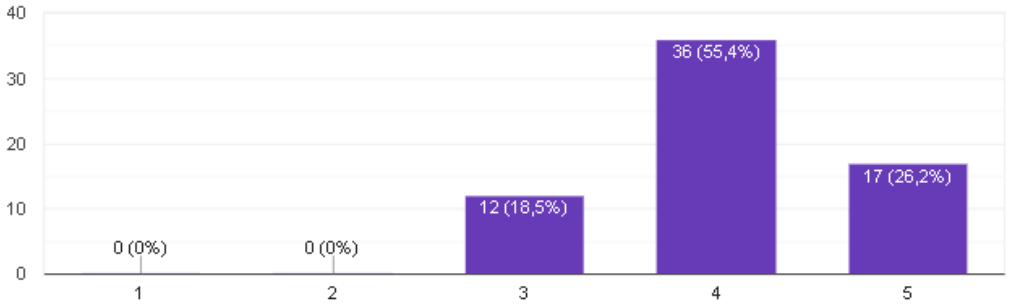
65 jawaban



Apakah ada kendala yang Anda hadapi saat menggunakan fitur atau desain baru ini?

Salin diagram

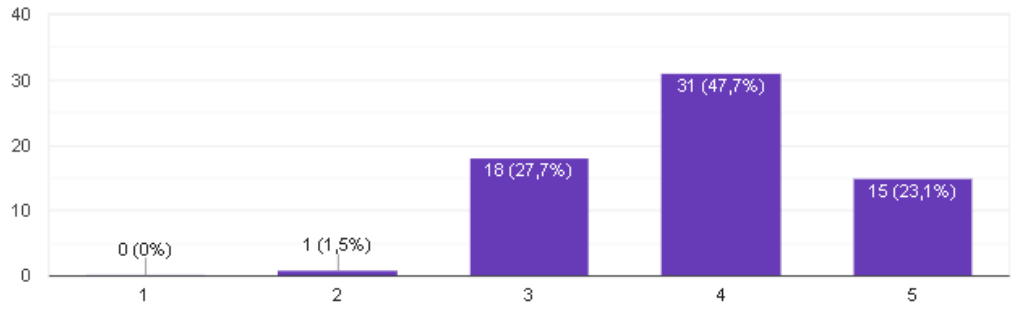
65 jawaban



Apakah kemungkinan Anda untuk kembali menggunakan website ini setelah perbaikan?

Salin diagram

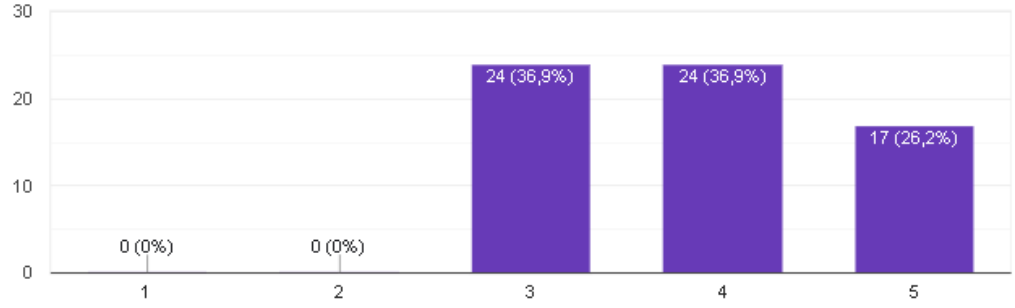
65 jawaban



Apakah anda setuju jika prototype saat ini adalah solusi terbaik untuk Web oscarliving.co.id?

Salin diagram

65 jawaban

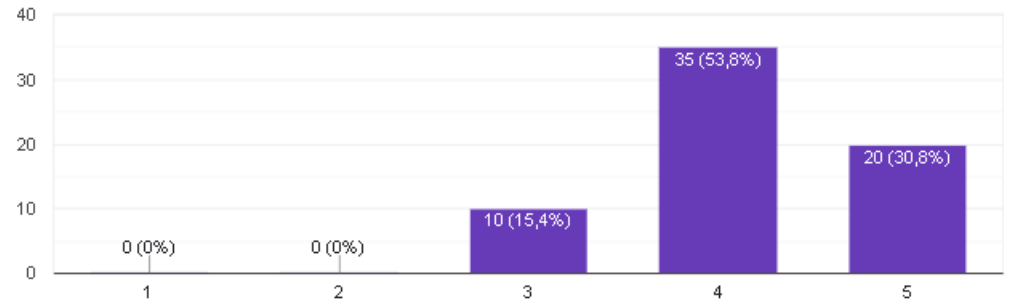


Kepuasan Pengguna

Seberapa mudah Anda menemukan informasi yang Anda cari di website ini?

Salin diagram

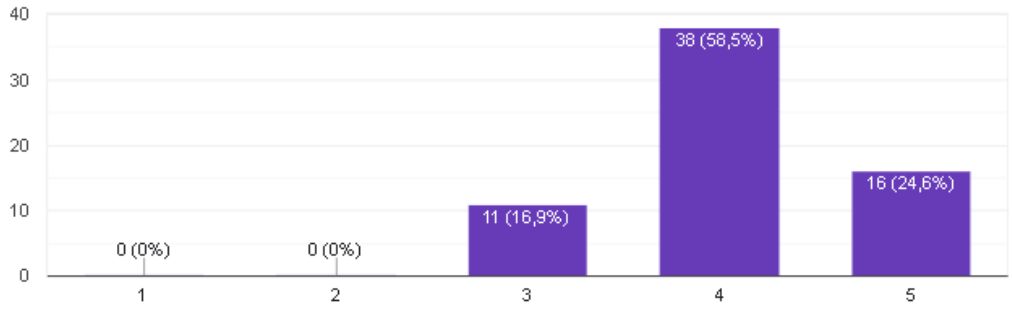
65 jawaban



Apakah website ini dapat diakses dengan lancar tanpa gangguan teknis?

Salin diagram

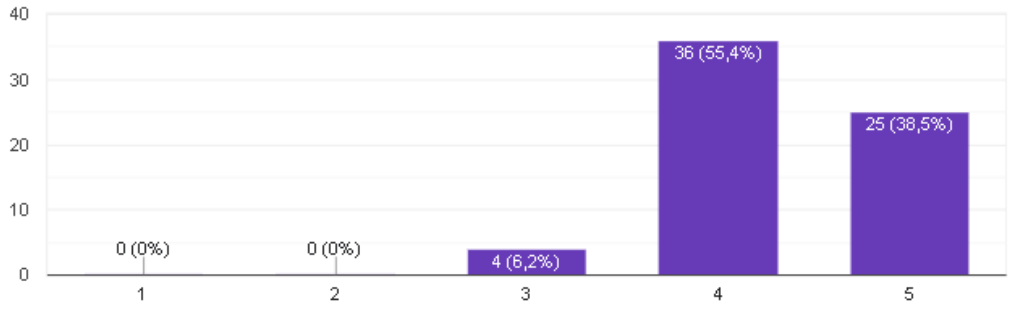
65 jawaban



Seberapa puas Anda secara keseluruhan terhadap pengalaman menggunakan website ini?

Salin diagram

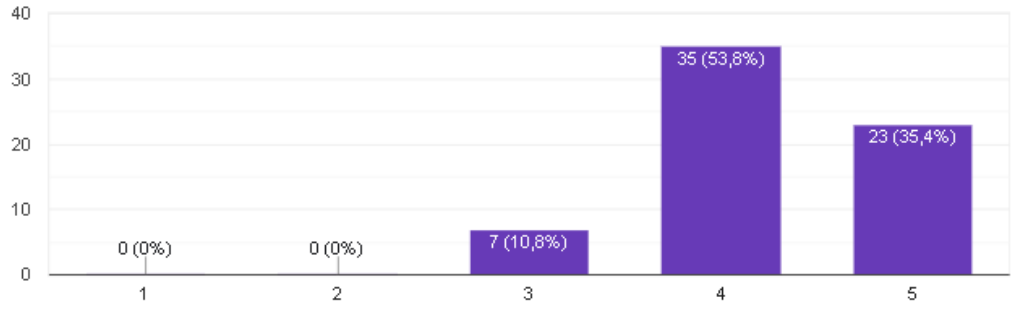
65 jawaban



Apakah fitur yang disediakan di website ini (misalnya, filter pencarian, keranjang belanja) berfungsi dengan baik?

Salin diagram

65 jawaban



Lampiran 4 Data Tabulasi

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	3	5	4	5	4
2	4	4	4	5	5
3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5
5	4	4	5	3	4
6	4	4	4	5	5
7	5	5	5	4	4
8	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5
10	4	4	4	5	3
11	5	4	5	4	4
12	5	4	5	4	5
13	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	5
15	5	5	4	4	5
16	5	4	5	5	4
17	4	4	4	3	5
18	4	4	4	4	3
19	5	3	4	5	4
20	4	4	4	5	5
21	5	4	5	4	5
22	5	4	5	4	5
23	5	4	4	4	5
24	3	3	3	3	3
25	4	3	4	3	3
26	4	4	4	5	4

27	4	3	4	4	3
28	4	4	4	3	5
29	4	3	4	3	4
30	4	4	4	4	3
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	4	3	3	3	3
34	3	3	4	4	4
35	3	4	3	4	2
36	4	4	4	4	4
37	4	4	3	4	3
38	4	3	4	3	4
39	4	3	4	3	3
40	4	4	3	4	5
41	4	3	3	3	4
42	4	4	3	3	3
43	4	3	4	4	4
44	4	4	4	4	4
45	5	3	4	4	4
46	5	3	5	4	4
47	4	3	4	5	4
48	5	5	5	4	4
49	4	5	4	3	4
50	5	4	5	5	4
51	4	5	4	4	3
52	4	4	4	4	4
53	3	4	4	3	4
54	4	4	5	4	5
55	5	4	5	4	4
56	4	5	4	4	5

57	3	4	3	4	3
58	4	3	4	3	3
59	4	4	4	3	4
60	4	4	4	4	4
61	3	4	3	4	3
62	5	4	5	3	4
63	5	5	5	4	4
64	5	5	5	4	4
65	5	5	5	5	5

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	4	3	3	3
2	3	3	3	3
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
6	5	4	4	4
7	5	5	5	4
8	4	5	4	4
9	5	5	5	4
10	4	4	4	4
11	5	5	4	5
12	5	5	5	4
13	5	5	5	5
14	5	4	4	4
15	4	5	5	5
16	4	5	5	4
17	4	4	4	4
18	3	4	4	4
19	5	4	3	4

20	4	4	5	4
21	4	5	5	4
22	5	5	5	4
23	5	5	4	5
24	4	3	3	4
25	3	4	4	4
26	4	3	5	3
27	3	4	4	3
28	4	4	4	4
29	4	4	4	4
30	3	4	5	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	3	4	3	4
34	4	4	4	3
35	4	3	3	4
36	4	3	4	4
37	3	4	4	4
38	4	4	4	3
39	4	3	3	5
40	4	4	4	4
41	4	4	3	3
42	3	5	3	4
43	5	3	3	4
44	4	4	3	3
45	5	5	4	4
46	5	5	5	4
47	5	4	4	4
48	5	5	4	5
49	5	4	4	4

50	5	4	5	4
51	4	4	3	4
52	5	4	4	5
53	4	5	4	4
54	5	4	5	4
55	5	4	4	5
56	5	4	5	5
57	4	4	3	4
58	4	4	4	4
59	4	3	4	5
60	3	4	5	4
61	3	3	3	3
62	5	5	4	5
63	4	5	5	5
64	5	4	5	5
65	4	4	5	5

No. Responden	X3.1	X3.2	`X3.3
1	3	4	5
2	4	5	5
3	5	5	5
4	4	5	5
5	4	3	5
6	5	5	5
7	4	4	4
8	5	4	5
9	4	4	5
10	4	4	4
11	5	4	5
12	5	4	5

13	5	5	5
14	4	5	5
15	4	4	4
16	5	4	5
17	4	4	4
18	4	4	3
19	3	4	5
20	4	4	4
21	5	4	5
22	4	4	4
23	4	4	4
24	4	4	3
25	3	4	3
26	4	3	4
27	4	3	4
28	4	4	4
29	4	4	3
30	3	3	3
31	4	4	4
32	4	4	4
33	3	3	3
34	4	3	4
35	4	3	3
36	5	3	3
37	4	3	4
38	3	3	3
39	4	3	4
40	4	4	4
41	4	3	5
42	3	3	4

43	4	3	3
44	3	4	3
45	5	3	4
46	3	5	4
47	4	5	4
48	5	5	4
49	4	4	4
50	4	4	4
51	4	3	4
52	4	4	4
53	3	4	3
54	4	5	4
55	5	5	4
56	5	4	5
57	4	3	3
58	4	5	3
59	4	4	4
60	5	4	4
61	5	3	4
62	3	3	4
63	4	5	3
64	4	4	3
65	5	5	5

No. Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
1	4	4	2	4
2	3	3	4	5
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	5	4	5

6	5	4	4	5
7	5	5	4	4
8	4	4	4	4
9	5	5	5	5
10	4	4	4	4
11	5	5	4	5
12	5	5	4	4
13	5	5	5	5
14	4	4	4	4
15	4	4	5	4
16	4	5	5	4
17	4	4	4	4
18	3	3	3	5
19	5	5	5	3
20	4	4	5	4
21	4	4	5	5
22	4	5	4	4
23	4	5	4	5
24	4	3	3	3
25	3	4	4	4
26	4	4	4	3
27	3	5	3	3
28	4	4	4	4
29	4	4	4	4
30	3	4	4	5
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	5	3	3	3
34	4	4	4	4
35	4	3	4	3

36	5	4	4	4
37	3	4	4	4
38	4	3	3	3
39	4	4	4	4
40	4	4	4	4
41	4	3	3	3
42	4	4	3	3
43	3	5	3	4
44	4	4	4	4
45	4	5	4	4
46	4	5	5	4
47	4	4	4	3
48	4	5	5	5
49	5	5	5	4
50	4	4	5	5
51	4	4	4	4
52	5	5	5	5
53	3	3	3	5
54	5	5	4	5
55	4	5	4	4
56	4	5	5	4
57	4	4	4	4
58	4	4	4	3
59	4	4	3	4
60	3	5	4	4
61	4	4	4	5
62	3	5	4	4
63	4	4	5	4
64	5	5	4	5
65	5	5	5	5

No. Responden	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4
1	3	4	3	4
2	4	4	3	3
3	5	5	5	5
4	4	4	4	5
5	4	5	4	3
6	5	4	5	5
7	5	4	5	3
8	4	5	4	3
9	5	5	4	5
10	4	4	4	4
11	5	4	5	5
12	5	3	5	4
13	5	5	5	5
14	4	5	5	5
15	4	3	4	3
16	5	4	4	4
17	4	4	4	4
18	3	4	3	3
19	5	4	5	4
20	5	4	5	4
21	5	4	5	5
22	4	4	4	3
23	4	4	4	5
24	4	3	4	3
25	4	3	3	4
26	4	4	4	3
27	3	4	3	4
28	4	4	4	4
29	4	4	5	3

30	4	4	3	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	3	3	2	3
34	4	4	4	3
35	4	3	4	3
36	3	5	4	4
37	3	5	3	5
38	3	3	3	3
39	4	4	4	3
40	4	4	4	4
41	3	3	4	5
42	3	4	4	5
43	3	4	3	4
44	4	4	3	5
45	4	4	3	4
46	4	5	4	3
47	4	4	5	5
48	4	5	4	3
49	5	5	3	3
50	4	5	3	4
51	4	4	4	4
52	5	5	4	3
53	3	4	4	5
54	5	5	5	5
55	4	4	4	3
56	4	4	4	3
57	3	5	4	4
58	4	3	3	4
59	5	4	4	3

60	4	3	3	3
61	3	4	3	4
62	3	3	3	3
63	5	3	4	4
64	4	5	5	5
65	5	5	5	4

No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	4	4	5	4
2	4	5	5	4
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	4	5	4
6	5	4	5	4
7	5	5	5	5
8	5	4	4	5
9	5	4	5	5
10	4	4	4	4
11	4	5	5	5
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	4	4	4	4
15	4	5	5	5
16	5	4	5	4
17	4	4	4	4
18	4	4	4	3
19	4	4	4	5
20	4	4	4	4
21	5	4	4	4
22	5	4	5	5

23	5	4	4	4
24	4	3	4	4
25	3	4	4	3
26	4	4	4	4
27	4	3	4	3
28	4	4	4	4
29	4	3	4	4
30	4	4	4	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	3	4	4	4
34	4	4	4	4
35	4	4	4	4
36	4	4	4	4
37	3	3	3	4
38	3	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	4	4	4
41	4	3	5	3
42	3	3	3	4
43	3	4	5	3
44	4	3	4	3
45	4	4	5	5
46	5	4	5	5
47	4	5	3	5
48	3	5	4	5
49	5	3	5	5
50	5	4	5	5
51	4	4	4	3
52	5	3	5	5

53	4	3	4	4
54	4	5	5	5
55	4	5	5	5
56	3	4	5	5
57	3	3	4	4
58	4	4	4	4
59	3	4	4	4
60	4	5	4	5
61	5	5	3	5
62	5	5	5	4
63	4	4	4	4
64	5	5	5	4
65	5	5	4	5

BINA SARANA INFORMATIKA
UNIVERSITAS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

Nim : 17200921

Nama lengkap : Enrico Fadila Ramli Febrian

Tempat /Tanggal Lahir : Banjanrnegara, 01 Februari 2002

Alamat Lengkap : Jl. Jaani Natsir RT.007/010 NO.56

II. Pendidikan

A. Formal

1. SD MADRASAH DAKWAH ISLAMIYAH, lulus tahun 2015
2. SMPN 14 JAKARTA TIMUR, lulus tahun 2018
3. SMKN 10 JAKARTA TIMUR, lulus tahun 2021

III. Riwayat Pengalaman beroranisasi/ Pekerjaan

1. Ketua Karang Taruna RT007

Jakarta, 20 Desember 2023

Enrico Fadila Ramli Febrian