

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	ixi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Tujuan	6
1.3 Batasan Masalah Perancangan.....	6
1.4 Metode Perancangan	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II PENDAHULUAN	9
2.1 Data Sekunder	9
2.1.1 Karakteristik Konsumen Terhadap Parfum Sebagai Alat Wewangian ..	9
2.1.2 Analisis Brand Parfum di Pasar Wewangian Lokal.....	10
2.1.3 Pengenalan Wangiloka Sebagai Direktori Parfum Lokal	14
2.1.4 Platform yang Sudah Ada untuk Mewadahi Informasi Tentang Parfum	18
2.2 Data Primer	28
2.2.1 Kuesioner	28
2.2.2 Wawancara.....	42
2.3 Analisis Permasalahan	45
2.4 Alternatif Pemecahan Masalah	48
2.5 QFD Pemecahan Masalah	49
BAB III KONSEP DESAIN	51
3.1 Kriteria Desain.....	51
3.2 Struktur Produk	52

3.2.1 Basic Structure	52
3.2.2 Quantified Structure	53
3.3 Lifestyle	57
3.4 Tema	58
BAB IV PROSES PERANCANGAN	59
4.1 Sketsa Ide	59
4.1.1 Customer journey map.....	59
4.1.2 Card Sorting.....	62
4.1.3. Information Architecture (IA)	65
4.1.4. User Flow	66
4.1.5. Wireframing	68
4.1.6 Visual Styling	72
4.2 Alternatif Desain	75
4.3 User-Assigned Task (UAT).....	81
BAB V ANALISA HASIL RANCANGAN.....	94
5.1 Final Desain	94
5.1.1 Prototype	94
5.1.2 Hasil SUS	99
5.2 Kesimpulan	101
5.2.1 Rencana Pengembangan Selanjutnya	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Penjualan Tertinggi Parfum Lokal Periode Mei - Juli 2024.....	10
Tabel 2.2 Hasil Kuesioner Demografi	28
Tabel 2.3 Hasil Kuesioner Kebiasaan Pemakaian Parfum.....	29
Tabel 2.4 Hasil Kuesioner Kebutuhan Informasi.....	31
Tabel 2.5 Hasil Kuesioner Kebiasaan dalam Pembelian	35
Tabel 2.6 Hasil Kuesioner Tentang Wangiloka	38
Tabel 2.7 Hasil Wawancara	42
Tabel 2.8 Analisa Masalah.....	46
Tabel 2.9 Alternatif Pemecahan Masalah	48
Tabel 2.10 Analisis Permasalahan	49
Tabel 3.1 Quantified Structure Pada Home Page.....	54
Tabel 3.2 Quantified Structure Pada Product Page.....	55
Tabel 3.3 Quantified Structure Pada Forum Page.....	56
Tabel 4.1 Current State Journey Map Website Wangiloka.....	60
Tabel 4.2 Future State Journey Map Website Wangiloka.....	62
Tabel 4.3 Hasil Card Sorting Pada Home Page	63
Tabel 4.4 Hasil Card Sorting Pada Product Page.....	64
Tabel 4.5 Hasil Perbandingan Nilai Tiga Alternatif Home Page.....	77
Tabel 4.6 Hasil Perbandingan Nilai Tiga Alternatif Product Page	79
Tabel 4.7 Tabel Ketentuan Tugas Uat.....	81
Tabel 4.8 Tabel Perbandingan Waktu Penyelesaian Antar Pengguna	82
Tabel 5.1 Tabel Pernyataan Untuk Tiap Butir dalam Kuesioner Sus	100
Tabel 5.2 Tabel Kesimpulan Pemecahan Masalah dan Solusinya.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Pasar Parfum di Indonesia 2013-2026	2
Gambar 1.2 Tampilan Quiz Website Alchemist	4
Gambar 1.3 Metode Perancangan	7
Gambar 2.1 Tampilan Mykonos – Luminos.....	13
Gambar 2.2 Tampilan Fitur Pada Home Page	16
Gambar 2.3 Tampilan Profile Wangiloka	16
Gambar 2.4 Tampilan Media Sosial Wangiloka	17
Gambar 2.5 Tampilan Home Page, Navigation Bar, Highlight Pros and Cons (Product Page), Perfume Notes Pyramid (Product Page).	19
Gambar 2.6 Product Page Berisikan Keterangan Detail Waktu Pemakaian, Nama/Brand Produk, Profil Aroma, Affiliate Link, dan Emotions Rating.....	19
Gambar 2.7 Review Section di dalam Product Page.....	20
Gambar 2.8 Tampilan Product Page dari Sniff, Dengan Cta Button “Buy” untuk Produk Tertentu Yang Terafiliasi Sebagai Vendor.....	21
Gambar 2.9 Tampilan Page Utama dari Sniff, yaitu Home Page, Search, Community, dan Scentfinder	21
Gambar 2.10 Tampilan Home Page	22
Gambar 2.11 Tampilan Product Page	23
Gambar 2.12 Tampilan Quiz Untuk Memberikan Personalisasi Rekomendasi....	24
Gambar 2.13 Tampilan Home Page Parfumesia	25
Gambar 2.14 Tampilan Product Page Parfumesia	25
Gambar 2.15 Framework Ux Honeycomb	26
Gambar 2.16 Demonstrasi Walkthrough Website Wangiloka.....	42
Gambar 2.17 Bull's Eye Diagram untuk Analisa Masalah Ux.....	47
Gambar 3.1 Perbandingan Basic Structure.....	52
Gambar 3.2 Alternatif Home Page.....	53
Gambar 3.3 Alternatif Product Page.	54
Gambar 3.4 Alternatif Forum Page.....	56

Gambar 3.5 Moodboard Lifestyle	57
Gambar 3.6 Moodboard Tema	58
Gambar 4.1 Information Architecture Untuk Home Page.....	65
Gambar 4.2 Information Architecture Untuk Product Page	66
Gambar 4.3 Legenda User Flow	67
Gambar 4.4 User Flow Dari Home Page	67
Gambar 4.5 User Flow Dari Product Page.....	68
Gambar 4.6 Wireframe Home Page 1	69
Gambar 4.7 Wireframe Home Page 2	70
Gambar 4.8 Wireframe Home Page 3	70
Gambar 4.9 Wireframe Product Page 1	71
Gambar 4.10 Wireframe Product Page 2	71
Gambar 4.11 Wireframe Product Page 3	72
Gambar 4.12 Typography	72
Gambar 4.13 Color Palette.....	73
Gambar 4.14 Active Components, Dropdown, Logo, Icons, dan Grid System....	73
Gambar 4.15 Product Card & Information Banner.....	73
Gambar 4.16 Footer	74
Gambar 4.17 Navigation Bar and Sidebar Menu.....	74
Gambar 4.18 Pop Up Review Component.....	75
Gambar 4.19 Alternatif 1 Home Page.....	76
Gambar 4.20 Alternatif 2 Home Page.....	76
Gambar 4.21 Alternatif 3 Home Page.....	76
Gambar 4.22 Alternatif 1 Product Page	78
Gambar 4.23 Alternatif 2 Product Page	78
Gambar 4.24 Alternatif 3 Product Page	78
Gambar 4. 25 Loyalty Program Alternatif 1	80
Gambar 4. 26 Loyalty Program Alternatif 2	80
Gambar 4.27 Flowchart Jalur Pengguna dalam Mencari Parfum Pada Tugas 1...	83
Gambar 4.28 Heatmap Pengguna dengan Jalur Wangiloka's Choice (Direct Result) dan Filtered Search.....	84

Gambar 4.29 Heatmap Pengguna dengan Jalur Fragrance Guide.....	85
Gambar 4.30 Heatmap Pengguna Saat Menyelesaikan Tugas 2.....	86
Gambar 4.31 Flowchart Jalur Pengguna Dalam Mencari Parfum Pada Tugas 3..	87
Gambar 4.32 Heatmap Dua Pengguna Saat di Awal Menyelesaikan Tugas 3 (Misdirection)	88
Gambar 4.33 Heatmap Dua Pengguna Saat Menyelesaikan Tugas 3 Melalui Produk 1.....	89
Gambar 4.34 Heatmap Satu Pengguna Saat Menyelesaikan Tugas 3 Melalui Produk 2.....	90
Gambar 4.35 Heatmap Empat Pengguna Saat Menyelesaikan Tugas 3 Melalui Produk 3.....	90
Gambar 4.36 Flowchart Jalur Pengguna Dalam Melakukan Challenge Untuk Mendapatkan Poin.....	91
Gambar 4.37 Flowchart Jalur Pengguna Dalam Menukar Poin Dengan Voucher Lalu Menggunakannya	92
Gambar 5.1 Tampilan Akhir Desain Home Page.....	94
Gambar 5.2 Tampilan Saat Mengakses Fragrance Guide dari Home Page	95
Gambar 5.3 Alur Pengguna Saat Mencari Parfum Melalui Filtered Search	95
Gambar 5.4 Tampilan Akhir Brand Profile	96
Gambar 5.5 Tampilan Akhir Product Page.....	96
Gambar 5.6 Tampilan Saat Memberikan Review	97
Gambar 5.7 Tampilan Dari Profile Page Terbaru	98
Gambar 5.8 Tampilan Halaman Loyalty Program Terbaru	99
Gambar 5.9 Hasil Perhitungan Skor Sus.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A:	Hasil Kuesioner	A
Lampiran B:	Hasil Olah Data Card Sorting Fitur Home Page.....	Q
Lampiran C:	Hasil Olah Data Card Sorting Fitur Product Page.....	Q

