



PERANCANGAN UI/UX WEBSITE *E-COMMERCE* PT. DECORMART BANGUN KREASI MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*

Ida Ayu Gayatri Indraswari⁽¹⁾, I Gede Putu Krisna Juliharta², Ni Putu Noviyanti Kusuma³

¹Universitas Primakara, Bali

²Universitas Primakara, Bali

³Universitas Primakara, Bali

Abstract

This study aims to design a user interface and user experience (UI/UX) for the e-commerce website of PT Decormart Bangun Kreasi to improve user comfort, usability, and effectiveness in accessing and conducting online purchase transactions. The UI/UX design process uses the Design Thinking method, which emphasizes a user-centered design approach through five main stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Testing. The Empathize stage was conducted to understand user needs and problems through interviews. The Define stage formulated key issues based on user data analysis. During the Ideate stage, various design solutions were developed and implemented as an e-commerce website prototype, including navigation structure and interface layout. The Testing stage evaluated the usability of the design using the System Usability Scale (SUS) method involving 14 respondents. The results showed a SUS score of 95, categorized as Excellent or Grade A+. These findings indicate that the proposed UI/UX design offers very high usability and meets user needs. Therefore, the UI/UX design is considered suitable for further development as the company's official website.

Kata Kunci: *UI/UX Design, Design Thinking, Usability, System Usability Scale (SUS), Decormart Website*

Informasi Artikel:

Dikirim : 27 Januari 2026

Ditelaah: 29 Januari 2026

Diterima: 09 Februari 2026

Publikasi: 29 Juni 2026

Januari – Juni 2026, Vol 7 (1) : hlm 1-15

©2026 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.

All rights reserved.

(*) Korespondensi: idayugayatri@gmail.com (Ida Ayu Gayatri Indraswari)

PENDAHULUAN

Platform e-commerce menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Perkembangan digital menunjukkan bahwa mayoritas konsumen kini lebih memilih berbelanja secara online, sehingga keberadaan website yang dirancang dengan baik menjadi faktor strategis dalam mendukung aktivitas bisnis (Chaffey et al., 2020). Di Indonesia, pertumbuhan pengguna internet yang mencapai 215 juta orang pada tahun 2023 semakin memperkuat peluang pengembangan *e-commerce*, termasuk pada sektor bahan bangunan yang sedang berkembang pesat (APJII, 2023; Statista, 2023).

PT. Decormart Bangun Kreasi masih mengandalkan pemesanan manual melalui WhatsApp dan media sosial, yang mencakup sekitar 65% transaksi penjualan. Meskipun efektif menjangkau pelanggan, proses ini kurang efisien karena tidak terintegrasi dan memakan waktu. Perusahaan juga menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar serta membangun citra profesional di ranah digital. Oleh karena itu, diperlukan website *e-commerce* yang informatif, menarik, dan mudah digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan serta efektivitas pemasaran (Normah & Sihaloho, 2023).

Penelitian ini bertujuan merancang desain UI/UX website *e-commerce* PT. Decormart Bangun Kreasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking*, yang terdiri dari tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, guna menghasilkan solusi berbasis pemahaman pengguna (Brown, 2008). Evaluasi desain dilakukan menggunakan *System Usability Scale* (SUS), yaitu instrumen pengukuran *usability* yang sederhana dan andal untuk menilai kemudahan penggunaan sistem (Brooke, 1996).

Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan menghasilkan rancangan antarmuka yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif, mudah digunakan, serta mendukung pengembangan website resmi perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* untuk merancang desain UI/UX website *e-commerce* PT. Decormart Bangun Kreasi. *Design Thinking* dipilih karena pendekatan ini memungkinkan pengembangan solusi yang lebih *user-centric*, yang sangat penting untuk menciptakan antarmuka yang tidak hanya fungsional tetapi juga mudah digunakan dan memuaskan bagi pengguna. Pendekatan ini mengutamakan pemahaman mendalam tentang pengguna melalui tahapan-tahapan seperti *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Brown, 2008), yang memastikan bahwa solusi desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

Design Thinking dipilih dalam penelitian ini karena pendekatannya yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna melalui tahapan empati dan iterasi kreatif. Meskipun metode lain seperti *Human-Centered Design* juga dapat digunakan, *Design Thinking* lebih fleksibel dan holistik, memungkinkan tim untuk mengembangkan solusi

inovatif dan *user-centric* yang responsif terhadap tantangan kompleks dalam desain UI/UX. Brown (2008) dan Liedtka (2015) mengemukakan bahwa metode ini efektif dalam menghasilkan desain yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat mengatasi masalah secara kreatif, membuatnya lebih cocok untuk penelitian ini yang menekankan inovasi dan pengalaman pengguna.

a. *Desin Thinking*

1. *Empathize*

Tahap ini dilakukan untuk memahami kebutuhan dan kendala pengguna melalui wawancara mendalam kepada pemilik dan calon pelanggan PT. Decormart Bangun Kreasi. Hasil observasi dan wawancara merangkum beberapa poin permasalahan utama (*pain points*):

- a. Kendala Transaksi: Proses pemesanan saat ini masih bersifat manual melalui WhatsApp/DM, yang dinilai kurang efisien untuk volume transaksi besar.
- b. Informasi Produk: Pelanggan kesulitan mendapatkan informasi detail mengenai spesifikasi material dan stok barang secara *real-time*.
- c. Kebutuhan Visual: Pengguna memerlukan tampilan katalog yang bersih dan kategori produk yang terorganisir untuk mempermudah pencarian bahan bangunan yang variatif.
- d. Kepercayaan: Diperlukan *platform* resmi yang menyediakan riwayat transaksi dan pelacakan pesanan untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan.

Data yang diperoleh pada tahap ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan prioritas fitur pada tahap *Define* dan *Ideate*.

2. *Define*

Pada tahap ini, hasil tahap *Empathize* dianalisis untuk memetakan *pain points* dan *gain points* pengguna. Masalah utama yang diidentifikasi meliputi kesulitan navigasi, hambatan dalam pencarian produk, dan proses pembayaran yang tidak efisien. Sebaliknya, pengguna mengharapkan kemudahan akses, kecepatan checkout, dan antarmuka yang intuitif. Berdasarkan temuan tersebut, rumusan masalah penelitian ini difokuskan pada: "Bagaimana merancang UI/UX *platform e-commerce* yang mampu mengatasi tantangan navigasi dan efisiensi pencarian produk guna memberikan pengalaman belanja yang intuitif dan nyaman?"

3. *Ideate*

Pada tahap ini, dirumuskan solusi desain berdasarkan hasil identifikasi masalah. Proses dimulai dengan pembuatan *User Flow* untuk memetakan langkah pengguna dalam bertransaksi, dilanjutkan dengan penyusunan *Information Architecture (IA)* guna mengorganisir kategori produk secara sistematis.

Hasil utama dari tahap ini adalah penentuan fitur-fitur prioritas, antara lain:

- a. Katalog Terstruktur: Pengelompokan material bangunan berdasarkan kategori dan merek.
- b. Fitur Pencarian & Filter: Mempermudah pengguna menemukan spesifikasi barang secara cepat.
- c. Sistem *Checkout* Terintegrasi: Menggantikan proses manual dengan formulir pemesanan otomatis.

- d. Desain Visual: Penggunaan skema warna dan tipografi yang profesional untuk meningkatkan kredibilitas toko.

4. *Prototype*

Pada tahap ini, ide-ide yang telah disusun direalisasikan ke dalam bentuk model visual interaktif menggunakan *Figma*. Proses desain dibagi menjadi dua tahap utama:

- a. *High-Fidelity Design*: Mengimplementasikan elemen visual lengkap seperti tipografi, palet warna profesional, dan aset gambar produk asli PT. Decormart.
- b. Interaktivitas: Menghubungkan antar-halaman (*prototyping*) untuk mensimulasikan alur transaksi nyata, mulai dari pemilihan material bangunan hingga halaman konfirmasi pembayaran.

5. *Test*

Setelah *prototipe* selesai, tahap selanjutnya adalah testing, yang bertujuan untuk mengevaluasi desain yang telah dibuat. Peneliti menggunakan *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kepuasan pengguna terhadap antarmuka yang dirancang. Penilaian ini melibatkan kuesioner SUS yang terdiri dari sepuluh pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk mengukur pengalaman mereka terhadap desain. Pengujian ini memberikan data yang lebih objektif dan terukur mengenai sejauh mana desain memenuhi kebutuhan pengguna dan seberapa efektif desain tersebut dalam meningkatkan pengalaman pengguna (Kurniawan et al., 2022).

b. *System Usability Scale*

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner yang terdiri dari 10 pertanyaan berdasarkan aspek *Usability Testing* yaitu *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction* dengan lima pertanyaan bernada positif pada nomor ganjil dan lima pertanyaan bernada negatif pada nomor genap. Setiap pertanyaan diikuti dengan *skala Likert* 5 poin, yang memungkinkan penilaian tingkat persetujuan atau kepuasan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Kuesioner ini diadaptasi dari metode *System Usability Scale* (SUS) untuk menilai kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna terhadap desain UI/UX website *e-commerce* PT. Decormart Bangun Kreasi. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran yang lebih objektif terkait pengalaman pengguna dan memberikan data yang terstruktur untuk perbaikan desain lebih lanjut (Brooke, 2013; Maharani, 2024).

Tabel 1. Skala *Likert*

No	Jawaban
1	STS
2	TS
3	N
4	S
5	SS

Sumber: *Analisis Data*, 2026

Pada kuesioner ini digunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Menurut Kurniawan et al. (2022), skor kontribusi dalam kuesioner *System Usability Scale* (SUS) dihitung berdasarkan hasil jawaban responden yang menggunakan *skala Likert* (1–5) dan kemudian diubah ke dalam rentang 0–4.

- a. Item Ganjil (1, 3, 5, 7, 9) : Skor dihitung dengan cara mengurangi jawaban dengan 1.
- b. Item Genap (2, 4, 6, 8, 10) : Skor dihitung dengan cara mengurangi jawaban dari 5.

Setelah menghitung skor kontribusi untuk setiap item, jumlahkan skor tersebut dan kalikan dengan 2,5 untuk memperoleh nilai keseluruhan *usability*. Skor SUS akan berada dalam rentang 0 hingga 100, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat *usability* yang lebih baik.

Contoh : Jika responden memberikan jawaban sebagai berikut: S1 = 4, S2 = 3, S3 = 5, S4 = 2, S5 = 4, S6 = 3, S7 = 5, S8 = 4, S9 = 4, S10 = 2

Hitung skor kontribusi :

Ganjil : $(4-1) + (5-1) + (4-1) + (5-1) + (4-1) = 15$

Genap : $(5-3) + (5-2) + (5-3) + (5-4) + (5-2) = 13$

Total skor kontribusi : $15 + 13 = 28$

Kalikan dengan 2,5 :

SUS Skor = $28 \times 2,5 = 70$

Menurut Kurniawan et al. (2022), ketentuan mengenai *System Usability Scale* (SUS) adalah sebagai berikut :

1. Tingkat Penerimaan (*Acceptability*)

Skor SUS dianggap "*acceptable*" jika nilainya lebih dari 70.

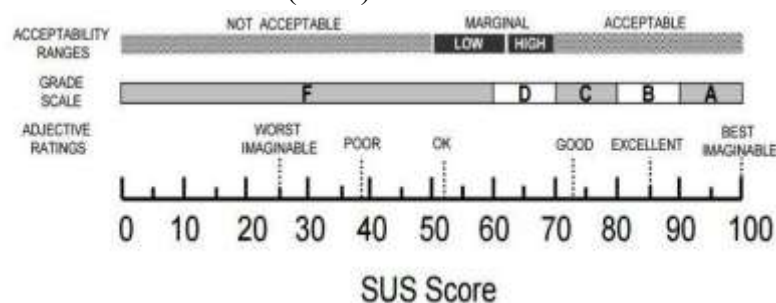
2. *Grade Scale*

Untuk mencapai *Grade A*, skor SUS minimal harus 90 (Sauro, 2011).

3. *Adjective Rating*

SUS dianggap "*Good*" jika skornya lebih dari 70,4 (Bangor et al., 2009).

Proses evaluasi ini menggunakan tiga acuan utama, yaitu *acceptability ranges*, *Grade scale*, dan *adjective ratings*, yang mengacu pada pedoman yang ditetapkan oleh Brooke (1996) dalam Kurniawan et al. (2022).



Gambar 1. Ketentuan Penilaian Skor SUS

Sumber: Bangor et al, 2009

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Tahapan

a. User

Tahap *Empathize* merupakan proses awal dalam metode *Design Thinking* yang bertujuan untuk memahami kebutuhan, pengalaman, dan kendala pengguna secara langsung. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap enam (6) narasumber yang dipilih sesuai prinsip evaluasi UI/UX menurut Nielsen. Jumlah tersebut dianggap ideal karena mampu menggali berbagai sudut pandang pengguna sekaligus mencegah munculnya data yang bersifat berulang, sehingga informasi yang diperoleh tetap efektif dan representatif. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh beberapa pain dan gain yang dialami pengguna, yaitu:



Gambar 2 *Pain* dan *Gain* Pengguna Website

Sumber: Analisis Data, 2026

Temuan pada tahap *Empathize* ini kemudian dijadikan dasar dalam merumuskan permasalahan dan menentukan kebutuhan pengguna, yang akan menjadi acuan pada tahapan selanjutnya dalam proses perancangan antarmuka website menggunakan metode *design thinking*.

b. Admin

Tahap *Empathize* pada sisi admin bertujuan untuk memahami kebutuhan, kendala, serta harapan pemilik atau pengelola panel admin dalam mengelola data produk. Proses ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan owner PT Decormart Bangun Kreasi yang berperan sebagai admin utama.



Gambar 3. *pain* and *Gain* Admin

Sumber: Analisis Data, 2026

Hasil penggalan menunjukkan beberapa pain yang dirasakan admin, seperti proses pengelolaan produk yang memakan waktu, risiko kesalahan saat menambah atau mengubah data produk, kesulitan memastikan konsistensi informasi harga, stok, dan spesifikasi, serta keterbatasan dalam melihat detail produk secara cepat dan terstruktur.

DAFTAR PERMASALAHAN



Gambar 5. Daftar Permasalahan Admin

Sumber: Analisis Data, 2026

Berdasarkan permasalahan tersebut, dirumuskan kebutuhan utama sistem, yaitu bagaimana merancang antarmuka panel admin yang mampu mempermudah proses daftar, tambah, ubah, dan melihat detail produk secara cepat, konsisten, dan minim kesalahan. Rumusan masalah ini menjadi acuan dalam perancangan UI/UX panel admin agar dapat mendukung aktivitas operasional secara lebih efektif dan efisien.

Hasil Tahapan *Ideate*

a. User

Pada tahapan *ideate*, dilakukan eksplorasi ide-ide solusi berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada tahap *Empathize* dan *define*. Proses ideasi ini melibatkan peneliti dan owner PT Decormart Bangun Kreasi sebagai pengambil keputusan utama, dengan mempertimbangkan masukan pengguna yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Peneliti berperan dalam menyusun alternatif solusi berdasarkan hasil analisis *pain* dan *gain* pengguna, sedangkan owner menentukan prioritas ide yang dinilai paling sesuai dengan kebutuhan bisnis, alur operasional, serta tujuan pengembangan website ke depan.

Untuk memprioritaskan ide yang relevan, digunakan pendekatan *Now–Wow–How Matrix*. Pendekatan ini membantu memilah ide berdasarkan tingkat kemudahan implementasi serta potensi dampaknya terhadap pengalaman pengguna.

1. Kategori *Now* (mudah dirancang, dampak rendah)

Ide-ide ini sederhana untuk diwujudkan dalam rancangan awal website, sehingga dapat langsung meningkatkan kenyamanan pengguna meskipun skalanya masih terbatas.

- Merancang kategori produk agar tersusun lebih rapi.
- Menghilangkan elemen yang berpotensi mengganggu, seperti pop-up berlebihan.
- Menyediakan fitur filter sederhana untuk pencarian produk.
- Membuat rancangan menu *wishlist* sebagai sarana membandingkan produk.

2. Kategori *Wow* (mudah dirancang, dampak tinggi)

Ide ini relatif mudah diwujudkan, namun memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

- Menampilkan harga yang transparan serta promo yang jelas pada rancangan UI.
- Menyediakan detail spesifikasi teknis untuk setiap produk.
- Merancang tampilan foto produk yang jelas, detail, dan menarik.
- Menampilkan ketersediaan stok produk secara *real-time* dalam rancangan.
- Menyediakan fitur tracking barang yang memperlihatkan status pesanan saat sedang dikirim hingga selesai diterima.
- Menyediakan fitur pengembalian barang jika tidak sesuai.

3. Kategori *How* (sulit dirancang, dampak tinggi)

Ide-ide ini memerlukan desain dan perencanaan yang lebih kompleks, namun jika diimplementasikan akan memberikan peningkatan besar pada fungsionalitas website.

- a. Mendesain tampilan website modern, responsif, dan mudah diakses.
- b. Menambahkan opsi pembayaran fleksibel (COD, transfer bank, *e-wallet*).
- c. Membuat integrasi desain untuk sistem pelacakan logistik.

Berdasarkan hasil ideasi, prioritas utama dalam perancangan UI/UX website PT. Decormart Bangun Kreasi adalah kategori *Wow*, karena ide-ide di dalamnya relatif mudah untuk diwujudkan dalam desain awal dan memiliki dampak besar pada kepuasan pengguna, khususnya dalam hal transparansi harga, kejelasan spesifikasi, serta ketersediaan stok.

b. Admin

Tahap *ideate* dilakukan berdasarkan rumusan masalah pada tahap *define* serta arahan langsung dari owner PT Decormart Bangun Kreasi sebagai pemangku kepentingan utama. Pada tahap ini, owner berperan aktif dalam menentukan ide dan solusi yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan. Fokus utama ideasi diarahkan pada kemudahan pengelolaan data produk agar proses kerja admin menjadi lebih cepat, terstruktur, dan minim kesalahan.

Berdasarkan hasil diskusi dengan owner, ditetapkan beberapa solusi utama dalam perancangan panel admin, yaitu penyediaan fitur daftar produk untuk memantau seluruh data produk secara ringkas, fitur tambah produk dengan form yang jelas dan terstruktur, fitur ubah produk untuk mempermudah pembaruan informasi, serta fitur detail produk untuk memastikan keakuratan data sebelum ditampilkan kepada pengguna. Ide-ide ini dipilih karena dinilai paling relevan dengan kebutuhan bisnis dan mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan produk secara keseluruhan.

Hasil Tahapan *Prototype*

a. Panel Admin

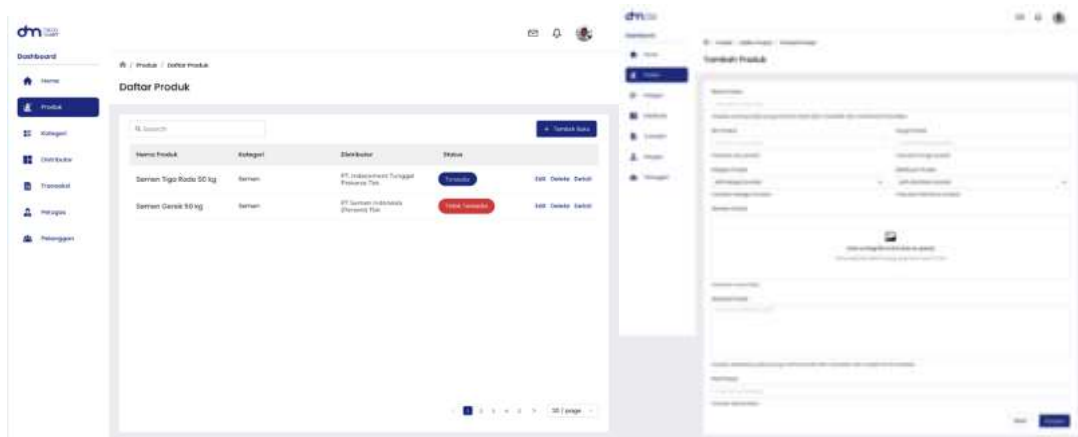
1. Halaman Login dan Home



Gambar 6. Halaman Login Admin dan Home Admin

Sumber: Analisis Data, 2026

2. Halaman Daftar Produk



Gambar 7. Halaman Daftar Produk Admin dan Tambah Produk Admin
Sumber: Analisis Data, 2026

3. Halaman Ubah Produk



Gambar 8. Halaman Ubah Produk Admin dan Detail Produk Admin
Sumber: Analisis Data, 2026

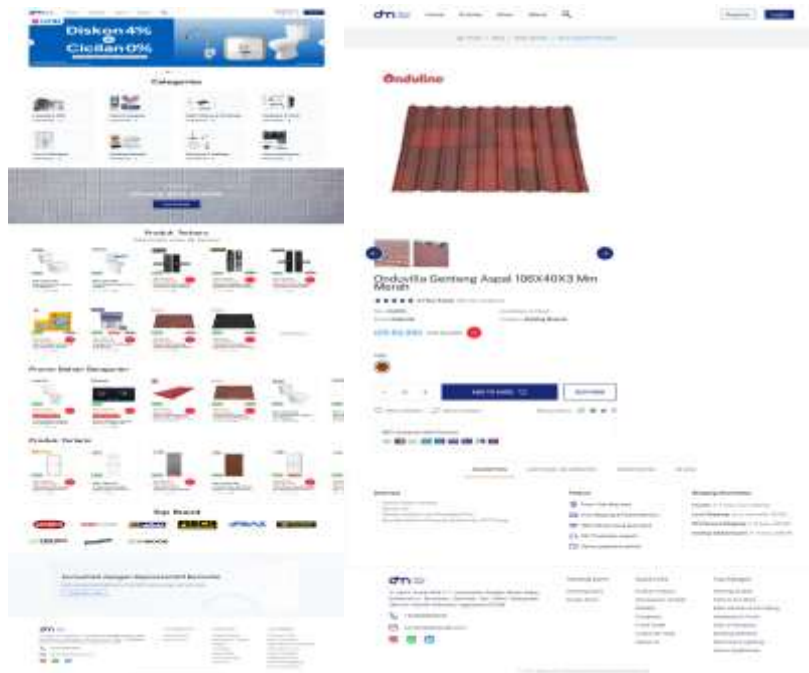
b. Panel Customer

1. Register dan Login



Gambar 9. Register User dan Login User
Sumber: Analisis Data, 2026

2. Halaman Utama



Gambar 10. Halaman Utama Customer dan Detail Produk Customer

Sumber: Analisis Data, 2026

3. Halaman Keranjang produk



Gambar 11. halaman Keranjang Produk

Sumber: Analisis Data, 2026

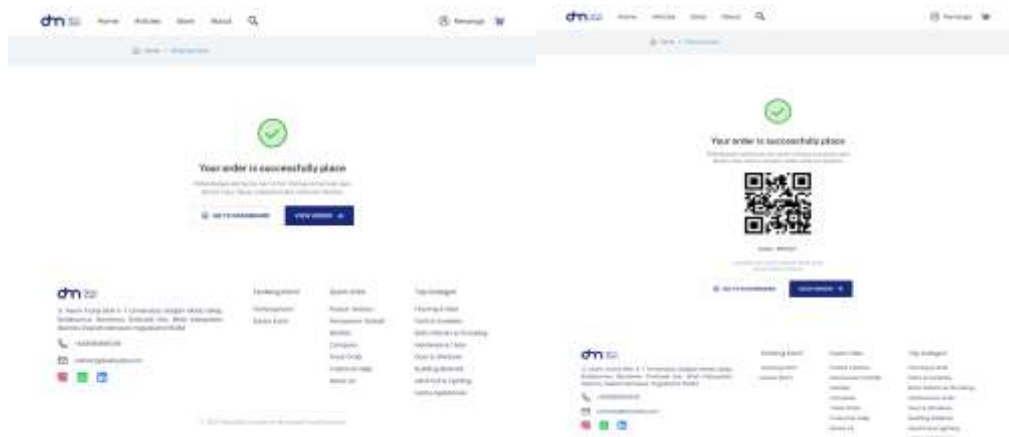
4. Halaman Detail Pembayaran



Gambar 12. Halaman Detail Pembayaran

Sumber: Analisis Data, 2026

5. Halaman Pembayaran sukses

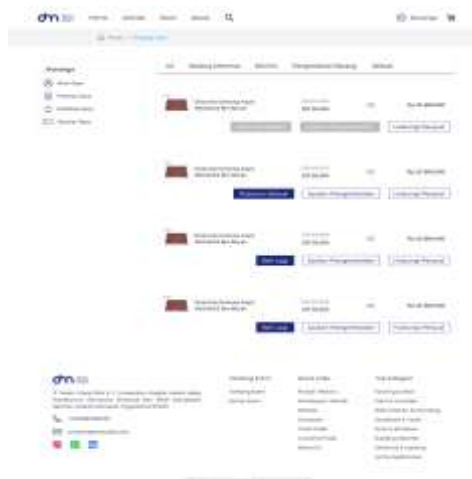


Gambar 13. Halaman Pembayaran Sukses Delivery dan Pickup

Sumber: Analisis Data, 2026

6. Halaman Pesanan Saya

a. All



Gambar 14. Halaman Pesanan Saya All

Sumber: Analisis Data, 2026

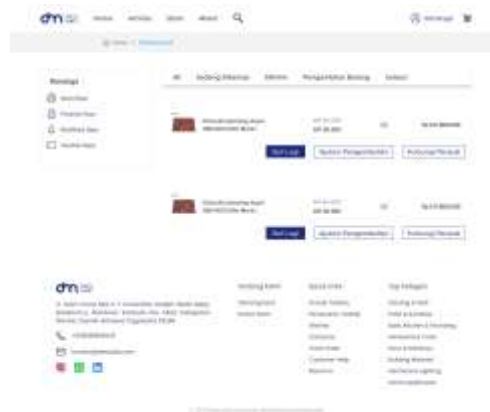
b. Delivery dan Pickup



Gambar 15. Halaman Pesanan Saya Delivery dan Pickup

Sumber: Analisis Data, 2026

c. Selesai



Gambar 16. Halaman Selesai

Sumber: Analisis Data, 2026

7. Halaman Qr



Gambar 17. Halaman QR

Sumber: Analisis Data, 2026

Hasil Tahapan Testing

Tahapan testing dilakukan untuk mengukur tingkat kegunaan (*usability*) dari rancangan antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) website *e-commerce* PT Decormart Bangun Kreasi. Pada penelitian ini, metode pengujian yang digunakan adalah System *Usability* Scale (SUS), yaitu instrumen evaluasi *usability* yang terdiri dari 10 pertanyaan dengan skala penilaian 1–5. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran kuantitatif tentang tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem secara ringkas, reliabel, dan dapat dibandingkan dengan standar industri.

Pengujian melibatkan 14 narasumber, yang terdiri dari berbagai latar belakang seperti kontraktor, arsitek, pemilik toko bangunan, ibu rumah tangga, mahasiswa teknik, serta developer properti. Para responden diminta mencoba *prototype* UI yang telah dirancang, kemudian mengisi kuesioner SUS berdasarkan pengalaman penggunaan mereka. Setiap responden memberikan jawaban pada 10 butir pertanyaan, lalu skor dihitung menggunakan aturan penilaian SUS

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	TOTAL SUB
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	80
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
TOTAL SCORE SUB										950

Gambar 18. Hasil Pengisian Kuisisioner SUS

Sumber: Analisis Data, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan System Usability Scale (SUS) dari seluruh responden, diperoleh skor rata-rata sebesar 95. Skor tersebut termasuk dalam kategori Excellent dengan Grade A+ serta berada pada tingkat Best Imaginable Usability sesuai standar interpretasi SUS. Adapun grafik penentuan kategori nilai SUS yang digunakan sebagai acuan interpretasi skor telah dijelaskan dan ditampilkan pada Bab Metode Penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perancangan UI/UX website *e-commerce* PT Decormart Bangun Kreasi menggunakan metode Design Thinking berhasil menghasilkan desain antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Permasalahan utama yang ditemukan pada tahap Empathize, seperti kesulitan navigasi, kurangnya informasi produk, dan ketidakjelasan stok, telah diakomodasi melalui rancangan kategori yang lebih terstruktur, tampilan produk yang informatif, serta alur pembelian yang lebih sederhana dan jelas.

Hasil evaluasi menggunakan System Usability Scale (SUS) menunjukkan skor rata-rata sebesar 95, yang termasuk dalam kategori *Excellent* (Grade A+). Nilai ini menunjukkan bahwa *prototype* yang dirancang memiliki tingkat *usability* yang sangat tinggi, mudah dipelajari, efisien digunakan, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna.

Dengan demikian, tujuan penelitian untuk merancang desain UI/UX website *e-commerce* yang mudah digunakan, informatif, dan meningkatkan kenyamanan pengguna telah tercapai. Rancangan ini dinilai layak untuk dilanjutkan ke tahap pengembangan sistem oleh tim teknis PT Decormart Bangun Kreasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, N. R., Triayudi, A., & Iskandar, A. (2023). Implementasi *e-commerce* clothing line menggunakan metode design thinking dan system *usability scale*. **JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)**, 10(1), 221-229.
- Akbar, M. L., Usman, A., & Budiman, A. (2023). Rancang bangun desain UI/UX pada pembuatan startup aplikasi selfcare berbasis website. **Jurnal Ilmu Komputer**, 2(1), 158-172.
- Akbar, M. R. F., Sutomo, E., & Rahmawati, E. (2021). Penerapan metode user centered pada

- user interface Sicyca Mobile. **JSIKA**, **10**(3), 1-8.
- APJII. (2023). Survei APJII: Pengguna internet di Indonesia tembus 215 juta orang. **APJII**. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Balhmar, M. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. **Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen**, **10**(10).
- Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2020). **Digital business and e-commerce management**. Pearson Education South Asia Pte Limited.
- Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX menggunakan metode design thinking berbasis web pada Laportea Company. **Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan**, **8**(1), 111-117.
- Kurniawan, E., Nofriadi, N., & Nata, A. (2022). Penerapan system *usability* scale (sus) dalam pengukuran kebergunaan website program studi di STMIK Royal. **Journal of Science and Social Research**, **5**(1), 43-49.
- Maharani, A. (2024). *Usability* analysis on e-letter website FST UIN Syarif Hidayatullah Jakarta using SUS questionnaire method. **Journal of Computers and Digital Business**, **3**(1), 36-42.
- MeasuringU. (2023). Sample sizes for a SUS score. **MeasuringU**. <https://measuringu.com/sample-sizes-for-sus-ci/>
- Nielsen, J., & Loranger, H. (2020). **Prioritizing web usability**. Pearson Education.
- Nisa, C., Shatika, R., Prasetya, A., Rahmadewi, C. D., & Akbar, M. (2024). Perancangan user interface pada aplikasi *e-commerce* petshop Happypals dengan metode design thinking. **Jurnal Ilmiah Informatika dan Ilmu Komputer**, **3**(2), 57-69.
- Normah, & Sihaloho, F. (2023). Perancangan user interface (UI) dan user experience (UX) aplikasi pendistribusi alat-alat kesehatan pada PT. Rekamilenyumindo Selaras Jakarta Barat. **Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)**, **9**(1), 33-38.
- Puspita, R., & Astriani, R. (2023). Perancangan design UI/UX pada website Toko Mister Shop ID menggunakan metode design thinking. **Jurnal Teknik dan Science**, **2**(3), 35-46.
- Shirvanadi, E. C. (2021). Perancangan Ulang UI/UX Situs E-Learning Amikom Center Dengan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Amikom Center).
- Statista. (2023). Gross domestic product (GDP) share of Indonesia in 2023, by sector. **Statista**. <https://www.statista.com/statistics/1019099/indonesia-gdp-contribution-by-industry/>