

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Batasan dan Asumsi Penelitian	8
1.4.1. Batasan Penelitian	8
1.4.2. Asumsi Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Rangkuman Penelitian Terdahulu	13
2.2. <i>State of The Art</i>	22
2.3. TUS Mart	33
2.4. <i>Website E-Commerce</i>	34

2.5.	Buta Warna.....	36
2.6.	<i>Design Thinking</i>	37
2.7.	<i>Customer Journey Map</i>	39
2.8.	<i>Empathy Map</i>	40
2.9.	<i>Innovation Canvas</i>	41
2.10.	<i>User Interface (UI)</i>	43
2.11.	<i>User Experience (UX)</i>	44
2.12.	<i>System Usability Scale (SUS)</i>	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1.	Sistematika Perancangan.....	49
3.1.1.	Studi Literatur	50
3.1.2.	Penentuan Objek Amatan.....	50
3.1.3.	Identifikasi Masalah	51
3.1.4.	Pengumpulan Data	51
3.1.5.	<i>Design Thinking</i>	57
3.1.6.	<i>Empati (Empathize)</i>	57
3.1.7.	<i>Define</i>	59
3.1.8.	<i>Ide (Ideate)</i>	61
3.1.9.	<i>Prototipe (Prototype)</i>	63
3.1.10.	<i>Test</i>	64
3.2.	Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi.....	67
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		69
4.1	Pengumpulan Data	69
4.1.1	Wawancara Pembeli Produk TUS Mart.....	70
4.1.2	Wawancara Pengguna Aktif Web <i>E-Commerce</i> dengan Buta Warna.....	72
4.2	Pengolahan Data.....	76

4.2.1	<i>Empathize</i>	76
4.2.2	<i>Define</i>	79
4.2.3	<i>Ideate</i>	81
4.2.4	<i>Prototype</i>	82
4.2.5	<i>Test</i>	89
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		96
5.1	Verifikasi dan Validasi	96
5.1.1	Verifikasi	96
5.1.2	Validasi	99
5.2	Analisis Hasil	101
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		104
6.1	Kesimpulan	104
6.2	Saran	104
6.2.1	Saran untuk TUS Mart	104
6.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN		A-1