**Laporan Riset Pengguna**

**I. Pendahuluan**  
Riset ini dilakukan sebagai tahap awal dalam proses perancangan antarmuka aplikasi StyleSavvy, sebuah platform belanja fashion digital. Tujuan utama riset ini adalah untuk memahami kebutuhan, kebiasaan, serta masalah yang dihadapi oleh pengguna saat berbelanja fashion secara online, agar keputusan desain yang diambil nantinya benar-benar berorientasi pada pengguna.

**II. Metodologi Riset**  
Jenis riset: Kuantitatif (kuesioner online)  
Alat: Google Form  
Jumlah responden: 10 orang  
Kriteria responden:

* Usia: 17–25 tahun
* Domisili: Indonesia
* Aktif berbelanja fashion secara online minimal 1x/bulan  
  Teknik analisis: Deskriptif (persentase, ringkasan jawaban terbuka)

**III. Profil Partisipan**

* 67% perempuan, 30% laki-laki, 3% lainnya
* Rentang usia: mayoritas 17–21 tahun
* Status: 70% mahasiswa, 20% pekerja freelance, 10% pelajar
* Platform favorit: Shopee (80%), Tokopedia (10%), Instagram Shop (10%)

**IV. Temuan Utama**

Pain Points:

* 75% responden menyatakan bahwa aplikasi fashion sering terlalu penuh dengan banner/promo, sehingga navigasi terasa tidak fokus.
* 63% pernah membatalkan checkout karena proses pembayaran membingungkan atau tidak jelas biaya ongkirnya.
* 48% merasa ukuran produk tidak dijelaskan dengan baik.
* 35% merasa dipaksa login terlalu awal saat ingin eksplorasi produk.

Kebutuhan Pengguna:

* Filter produk yang lebih terstruktur (kategori, ukuran, harga).
* Wishlist & fitur penyimpanan produk.
* Estimasi ongkir langsung terlihat tanpa harus memasukkan alamat.
* Gambar produk yang besar dan jelas.
* Proses checkout maksimal 2–3 langkah saja.

Preferensi Visual:

* 60% responden menyukai tampilan antarmuka yang bersih dan minimalis.
* 70% lebih suka dark mode di malam hari.
* 80% menyatakan suka jika aplikasi merekomendasikan produk berdasarkan histori belanja.

**V. Rekomendasi Desain**

Berdasarkan hasil riset, beberapa rekomendasi untuk pengembangan desain aplikasi StyleSavvy antara lain:

* Gunakan antarmuka yang fokus dan sederhana, tanpa elemen promosi yang berlebihan.
* Tambahkan fitur wishlist dan preview ukuran produk secara detail.
* Sediakan pengalaman eksplorasi tanpa wajib login terlebih dahulu.
* Pastikan proses checkout tidak lebih dari 3 langkah, dan tampilkan ongkir di awal.
* Berikan opsi tampilan gelap (dark mode) dan fitur personalisasi rekomendasi.