Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849
e-ISSN: 2548-1398
Vol. 9, No. 12, Desember 2024

ADAPTASI TEKNIK PARALLAX SCROLLING EFFECT DALAM PENGEMBANGAN ANTARMUKA WEBSITE LEGITCHECK

Aditya Khawandi Putra[1], Nungki Selviandro[2], Gia Septiana Wulandari[3]
Universitas Telkom, Indonesia[1,2,3]
Email: adityakhawandi@student.telkomuniversity.ac.id[1],
nselviandro@telkomuniversity.ac.id[2], giaseptiana@telkomuniversity.ac.id[3]

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengembangan antarmuka website LegitCheck dengan penerapan teknik Parallax Scrolling Effect. Permasalahan utama yang dihadapi adalah LegitCheck merupakan sebuah startup yang memerlukan strategi efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan startupnya. Diperlukan sebuah website yang berfungsi sebagai pusat media promosi dan informasi, menjelaskan konsep, tujuan, dan layanan yang ditawarkan oleh LegitCheck kepada konsumen serta merek. Metodologi yang digunakan meliputi desain dan implementasi teknik Parallax Scrolling Effect pada website LegitCheck, serta evaluasi dan pengujian efektivitasnya menggunakan metode A/B testing. Studi ini bertujuan untuk menguji efektivitas teknik Parallax Scrolling Effect dibandingkan dengan non-Parallax Scrolling Effect dalam aspek efektivitas website LegitCheck sebagai alat promosi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknik Parallax Scrolling Effect pada website LegitCheck memberikan sejumlah keunggulan signifikan dalam hal akurasi informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih. Meskipun ada kekurangan dalam hal kecepatan memuat halaman, mayoritas responden lebih menyukai website dengan teknik ini karena menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik dan interaktif.

Kata Kunci: website, Parallax Scrolling Effect, efektif, a/b testing, LegitCheck

Abstract

This research focuses on developing the LegitCheck website interface by applying the Parallax Scrolling Effect technique. The main problem faced is that LegitCheck is a startup that requires an effective strategy to introduce and promote its startup. A website is needed that functions as a promotional media and information center, explaining the concept, objectives and services offered by LegitCheck to consumers and brands. The methodology used includes the design and implementation of the Parallax Scrolling Effect technique on the LegitCheck website, as well as evaluating and testing its effectiveness using the A/B testing method. This study aims to test the effectiveness of the Parallax Scrolling Effect technique compared to the non-Parallax Scrolling Effect in terms of the effectiveness of the LegitCheck website as a promotional tool. The results of this research show that the application of the Parallax Scrolling Effect technique on the LegitCheck website provides a number of significant advantages in terms of information accuracy, service quality, user satisfaction and net benefits. Even though there are drawbacks in terms of page loading speed, the majority of respondents prefer websites with this technique because it offers a better and more interactive user experience.

Keywords: *website, Parallax Scrolling Effect, effective, a/b testing, LegitCheck*

How to cite:	Putra et al. (2024). Adaptasi Teknik Parallax Scrolling Effect dalam Pengembangan Antarmuka Website LegitCheck. *Syntax Literate. (9)12*. http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i12
E-ISSN:	2548-1398

Pendahuluan

Peredaran barang palsu telah menjadi isu yang semakin meresahkan dalam masyarakat global saat ini. Peristiwa ini tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tetapi juga berimplikasi pada aspek sosial, kesehatan, dan keamanan bagi para konsumen, di mana perdagangan lintas negara semakin terbuka dan teknologi terus maju, penyebaran barang palsu telah mengalami peningkatan yang mencolok (Mardiatmi et al., 2022). Salah satu contoh pelanggaran yang sering terjadi adalah meningkatnya kasus pemalsuan barang, yang mengakibatkan meningkatnya permintaan masyarakat akan barang-barang palsu. Akibatnya, fenomena ini menyebabkan peningkatan distribusi barang palsu di tengah masyarakat (Kasih, 2017). Menurut Novita Intan, (2022) kerugian akibat peredaran barang palsu mencapai Rp 291 triliun.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mencegah peredaran barang palsu. Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan "larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan". Selain itu, terdapat berbagai platform atau aplikasi yang dapat digunakan untuk memeriksa keaslian suatu barang, seperti Depatu, Legit App, dan Barcodelookup. Namun, masing-masing aplikasi memiliki kelebihan dan kekurangan.

Berdasarkan kelebihan dan kekurangan dari aplikasi tersebut, diciptakanlah LegitCheck yang dirancang untuk mengatasi tantangan tersebut. LegitCheck dirancang untuk menyediakan solusi yang komprehensif dan dapat diandalkan dalam memeriksa keaslian produk, termasuk fitur-fitur yang lebih komprehensif seperti pembuatan QR code oleh pemilik merek, manajemen QR code, pemeriksaan otomatis keaslian barang melalui QR code, dan elemen antarmuka pengguna yang lebih intuitif.

Untuk memperkenalkan dan mempromosikan LegitCheck, dibutuhkan adanya sebuah website yang akan berfungsi sebagai pusat informasi yang menjelaskan mengenai konsep, tujuan, dan layanan yang ditawarkan oleh LegitCheck kepada konsumen dan merek. Website ini akan menjadi saluran yang efektif untuk mengkomunikasikan nilai dan manfaat yang diberikan oleh platform LegitCheck kepada khalayak.

Menurut Nizam & Jaafar, (2018) situs web telah menjadi unsur kunci dalam upaya mempromosikan produk, layanan, dan merek. Website dianggap sebagai saluran utama bagi pelanggan ketika mereka mencari informasi yang lebih mendalam, dan dianggap lebih efisien daripada menggunakan media cetak sebagai alat komunikasi dan promosi (Horng & Tsai, 2010). Penggunaan website dengan penerapan teknik Parallax Scrolling Effect bertujuan untuk meningkatkan efektivitas situs web sebagai alat promosi.

Dalam pengembangan antarmuka, terdapat berbagai teknik seperti "Single Page Application" (SPA) dan "*Component Based Architecture*". SPA cocok untuk situs web yang berisi satu halaman tanpa perpindahan halaman, contohnya seperti Gmail dan Facebook (Westland, 2022). Sementara itu, Component Based Architecture adalah teknik front-end untuk menciptakan komponen yang dapat digunakan kembali, seperti pada YouTube. Namun, untuk tujuan pengembangan antarmuka yang bertujuan mempromosikan dan menyediakan informasi tentang konsep, tujuan, dan layanan yang ditawarkan oleh LegitCheck kepada konsumen dan merek, teknik yang sesuai adalah parallax scrolling. Efek parallax scrolling sering digunakan oleh perusahaan besar seperti Apple, Ripple, Tag Heuer, dan Porsche. Parallax Scrolling Effect dapat meningkatkan pengalaman pengguna saat mempresentasikan website (Wang & Sundar, 2018).

Dengan menerapkan parallax scrolling, elemen-elemen yang muncul di latar depan dapat bergerak dengan kecepatan lebih tinggi daripada elemen-elemen di latar belakang,

menciptakan ilusi efek tiga dimensi yang menarik (Kusumo & Hartono, 2019). Teknik ini memberikan aspek dinamis dan kreatif dalam desain web serta memperkaya pengalaman pengguna dengan memberikan kedalaman visual yang mengesankan (Wang & Sundar, 2018).

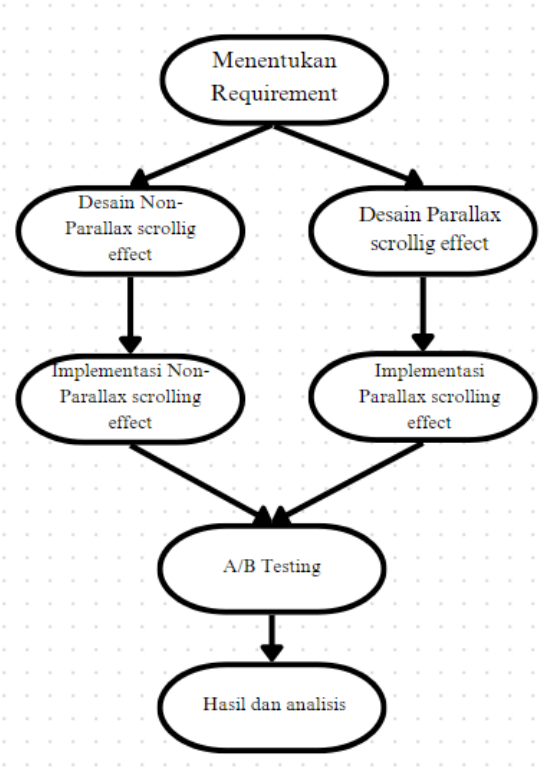
Penggunaan Parallax Scrolling Effect akan dianggap meningkatkan imersi dan efektivitas dalam konteks web, dibandingkan dengan web yang tidak menggunakan Parallax Scrolling Effect (Ilbratt, 2021). Parallax Scrolling Effect meningkatkan pengalaman pengguna, menghubungkan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan dengan pemenuhan variable kegunaan, kepuasan, kenikmatan, kesenangan, dan daya tarik visual (Frederick et al., 2015). Tujaun penelitian ini mengimplementasikan teknik Parallax Scrolling Effect dalam website LegitCheck. Evaluasi dan Pengujian Website dengan Parallax Scrolling Effect menggunakan A/B testing. Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, diharapkan situs web LegitCheck dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih menarik, memuaskan dan dapat menjadi media promosi untuk dikenal oleh masyarakat luas melalui pemanfaatan teknik Parallax Scrolling Effect.

Metode Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah pada penerapan teknik parallax scrolling, yang melibatkan penggunaan HTML, CSS, dan JavaScript. Penelitian ini akan menguraikan proses dari awal, mulai dari penentuan kebutuhan spesifik, desain efek parallax dan non-parallax, implementasi teknis, hingga pengujian A/B testing. Tujuan akhir adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi efektivitas desain dalam meningkatkan pengalaman pengguna website.

Untuk mengimplementasikan Parallax Scrolling Effect pada pembuatan website LegitCheck, langkah yang baik adalah untuk merujuk pada penelitian sebelumnya. Tinjauan literatur dapat membantu mengungkapkan celah utama dalam pengetahuan serta mengidentifikasi area di mana terdapat pertentangan dan ketidakpastian. Selain itu, tinjauan literatur juga dapat mengidentifikasi pola umum dalam temuan dari berbagai contoh penelitian dalam bidang yang sama (Ilbratt, 2021). Oleh karena itu langkah pertama dalam penelitian ini adalah tinjauan literatur. Langkah kedua adalah Menentukan Requirement, kemudian langkah ketiga adalah Desain Parallax scrollig effect dan non-Parallax Scrolling Effect.

Langkah keempat adalah implementasi Parallax Scrolling Effect dan non-Parallax Scrolling Effect (Sari et al., 2022). Langkah kelima adalah pengujian dengan A/B testing, dan langkah terakhir adalah analisis dan evaluasi untuk mengetahui seberapa efektif sebuah website menggunakan Parallax Scrolling Effect dan non-Parallax Scrolling Effect dalam pembuatan website LegitCheck. Struktur proses pembuatan system dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 1. Proses Pembuatan

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil pengujian yang dilakukan untuk menilai efektivitas penggunaan teknik Parallax Scrolling Effect pada website LegitCheck dibandingkan dengan website yang menggunakan teknik non-parallax. penulis melakukan survei kuesioner dengan membandingkan dua versi website yang berbeda, yaitu website yang menggunakan teknik parallax dan website konvensional yang tidak menggunakan teknik parallax. Selama survei kuesioner, penulis memberikan demo kedua versi website tersebut kepada responden secara langsung dan bergantian untuk mendapatkan feedback yang objektif. Teknik sampling yang digunakan dalam survei ini adalah purposive sampling (sampel bertujuan).

Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan survei. Kriteria pemilihan responden mencakup Orang-orang yang sering membeli barang asli namun rentan dipalsukan, orang-orang yang peduli terhadap produk asli, orang-orang yang suka berbelanja barang bermerek, dan orang-orang yang sering mengakses internet. Jumlah responden dalam survei ini lebih dari 30, mengingat bahwa tidak ada batasan jumlah responden yang ditetapkan (Alwi, 2015; Rifaldy, 2024).

Pengujian ini dilakukan melalui survei yang melibatkan 76 responden, di mana mereka diminta untuk memberikan penilaian terhadap beberapa variabel yang telah ditentukan. Variabel-variabel tersebut meliputi Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, dan Manfaat Bersih, *Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Aproach, Catching-up Need Approach*, dan Preferensi Website. Berikut ini adalah hasil dari survei yang telah dilakukan, disertai dengan diagram lingkaran untuk memvisualisasikan data yang diperoleh (Mu'andhom, 2024).



Gambar 2. Pengalaman Responden dengan Barang Palsu atau Masalah Keaslian Produk

Diagram lingkaran ini menunjukkan hasil survei dari 76 responden mengenai pengalaman mereka dengan barang palsu atau masalah keaslian produk. Dari survei ini, 100% responden, atau semua yang menjawab, mengatakan bahwa mereka pernah mengalami atau mendengar tentang barang palsu dan masalah keaslian produk. Ini menunjukkan kesadaran yang tinggi di antara responden tentang masalah ini



Gambar 3. hasil survei dari 76 responden tentang pentingnya memastikan keaslian produk yang dibeli

Diagram lingkaran ini menunjukkan hasil survei dari 76 responden tentang pentingnya memastikan keaslian produk yang mereka beli. Dari survei ini, 100% responden menjawab "Ya," menunjukkan bahwa semua responden menganggap penting untuk memverifikasi keaslian produk sebelum membeli. Ini menekankan bahwa keaslian produk adalah faktor penting bagi konsumen.



Gambar 4. hasil survei dari 76 responden mengenai kebiasaan mereka saat mencari informasi tentang aplikasi baru

Diagram lingkaran ini menunjukkan hasil survei dari 76 responden mengenai kebiasaan mereka saat mencari informasi tentang aplikasi baru. Sebanyak 90.8% responden menjawab "Ya," mereka mencari informasi di Google dan mengunjungi website resmi aplikasi tersebut. Sementara itu, 9.2% responden menjawab "Tidak," mereka tidak melakukan hal tersebut. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung menggunakan Google dan website resmi untuk memperoleh informasi tentang aplikasi baru.



Gambar 5. Hasil Survei dari 76 Responden Mengenai Kebiasaan Mereka Mengunjungi Website Resmi Sebelum Mencoba Aplikasi Baru

Diagram lingkaran ini menunjukkan hasil survei dari 76 responden mengenai kebiasaan mereka mengunjungi website resmi sebelum mencoba aplikasi baru. Sebanyak 82.9% responden menjawab "Ya," mereka mengunjungi website resmi sebelum mencoba aplikasi baru. Sementara itu, 17.1% responden menjawab "Tidak," mereka tidak mengunjungi website resmi sebelum mencoba aplikasi baru. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung mengecek website resmi terlebih dahulu sebelum menggunakan aplikasi baru.



Gambar 6. hasil survei dari 76 responden mengenai pengaruh desain dan interaktivitas website terhadap keputusan mereka untuk mencoba aplikasi baru

Diagram lingkaran ini menunjukkan hasil survei dari 76 responden mengenai pengaruh desain dan interaktivitas website terhadap keputusan mereka untuk mencoba aplikasi baru. Sebanyak 81.6% responden menjawab "Ya," desain dan interaktivitas website mempengaruhi keputusan mereka. Sedangkan 18.4% responden menjawab "Tidak," desain dan interaktivitas website tidak mempengaruhi keputusan mereka. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mempertimbangkan desain dan interaktivitas website saat memutuskan untuk mencoba aplikasi baru.



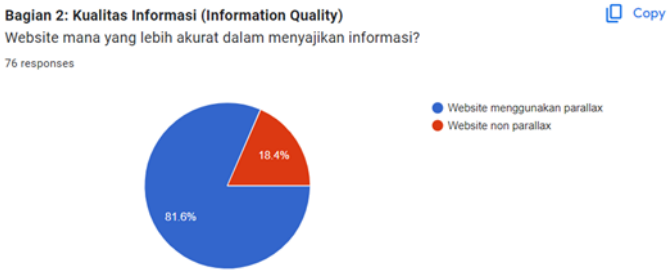
Gambar 7. hasil pemilihan website parallax ketika menemukan informasi

Variabel 1 Kualitas Sistem Pada bagian ini sebanyak 81.6% responden memilih website parallax ketika menemukan informasi yang mereka butuhkan di website, sedangkan sebanyak 18.4% memilih website non-parallax.



Gambar 8. Kecepatan Memuat Halaman Antara Website Yang Menggunakan Efek Paralaks Dan Yang Tidak Menggunakan Efek Paralaks

Pada bagian mengenai kecepatan memuat halaman antara website yang menggunakan efek paralaks dan yang tidak menggunakan efek paralaks. Sebanyak 97.4% responden menjawab bahwa website non paralaks lebih cepat dalam memuat halaman. Hanya 2.6% responden yang menjawab bahwa website menggunakan paralaks lebih cepat.



Gambar 9. Variabel 2 Kualitas Informasi

Variabel 2 Kualitas Informasi Kualitas informasi yang disajikan oleh website dengan efek paralaks dibandingkan dengan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 81.6% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih akurat dalam menyajikan informasi. Sedangkan 18.4% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih akurat.



Gambar 10. Kelengkapan informasi yang disediakan oleh website

Kelengkapan informasi yang disediakan oleh website dengan efek paralaks dibandingkan dengan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 59.2% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih lengkap dalam menyediakan informasi. Sedangkan 40.8% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih lengkap.



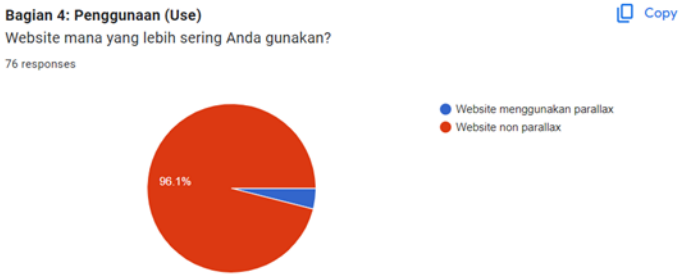
Gambar 11. Variabel 3 Kualitas Layanan Responsivitas

Variabel 3 Kualitas Layanan Responsivitas layanan bantuan yang disediakan oleh website dengan efek paralaks dibandingkan dengan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 55.3% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih responsif dalam menyediakan layanan bantuan. Sedangkan 44.7% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih responsif.



Gambar 12. Keramahan dan bantuan yang diberikan oleh website

Keramahan dan bantuan yang diberikan oleh website dengan efek paralaks dibandingkan dengan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 57.9% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih ramah dan membantu dalam menyediakan layanan bantuan. Sedangkan 42.1% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih ramah dan membantu.



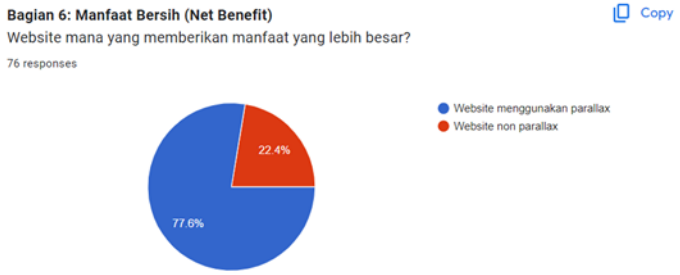
Gambar 13. Variebel 4 Penggunaan

Diagram lingkaran ini menunjukkan hasil survei dari 76 responden mengenai website yang lebih sering mereka gunakan, antara website dengan efek paralaks dan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 96.1% responden menjawab bahwa mereka lebih sering menggunakan website non paralaks. Hanya 3.9% responden yang menjawab bahwa mereka lebih sering menggunakan website dengan efek paralaks. Ini menunjukkan bahwa mayoritas besar responden lebih memilih menggunakan website tanpa efek paralaks.



Gambar 14. Variabel 5 Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna dalam menggunakan website dengan efek paralaks dibandingkan dengan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 96.1% responden merasa bahwa website yang menggunakan efek paralaks memberikan pengalaman penggunaan yang lebih memuaskan. Hanya 3.9% responden yang merasa website non paralaks lebih memuaskan. Ini menunjukkan bahwa mayoritas besar responden merasa lebih puas dengan pengalaman penggunaan website yang menggunakan efek paralaks.



Gambar 15. Variabel 6 Manfaat Bersih

Manfaat bersih (net benefit) yang diberikan oleh website dengan efek paralaks dibandingkan dengan website tanpa efek paralaks. Sebanyak 77.6% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks memberikan manfaat yang lebih besar. Sementara itu, 22.4% responden berpendapat bahwa website non paralaks memberikan manfaat yang lebih besar. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa website dengan efek paralaks lebih menguntungkan



Gambar 16. Variabel 7 Current Need Approach

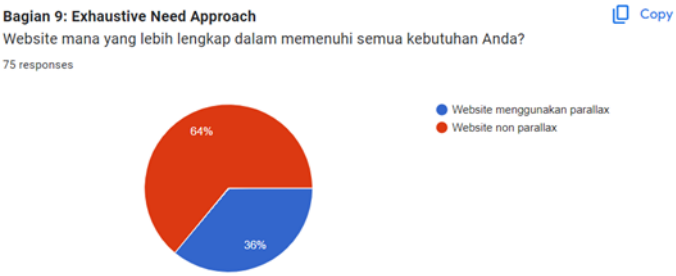
Website yang lebih sering memenuhi kebutuhan mereka saat ini. Sebanyak 64.5% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih sering memenuhi kebutuhan mereka. Sementara itu, 35.5% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih sering memenuhi kebutuhan mereka. Ini menunjukkan bahwa

mayoritas responden merasa website dengan efek paralaks lebih sering memenuhi kebutuhan mereka saat ini.



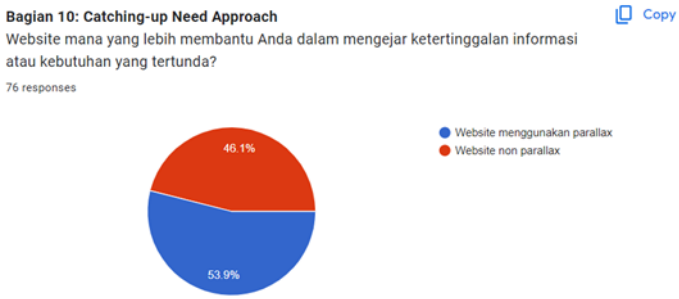
Gambar 17. Variabel 8 Everyday Need Approach

Website yang lebih membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Sebanyak 60.5% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, 39.5% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih membantu. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa website tanpa efek paralaks lebih membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.



Gambar 18. Variabel 9 Exhaustive Need Aproach

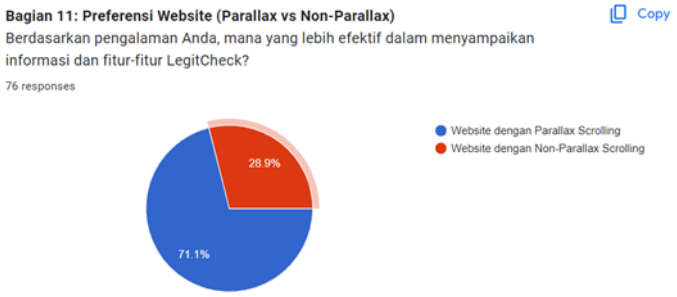
Dari 75 responden, 64% (warna merah) memilih website non-parallax sebagai yang lebih lengkap dalam memenuhi semua kebutuhan mereka, sementara 36% (warna biru) memilih website dengan parallax. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa website non-parallax lebih komprehensif dalam menyediakan informasi yang mereka butuhkan.



Gambar 19. Variabel 10 Catching-up Need Approach

Website yang lebih membantu dalam mengejar ketertinggalan informasi atau kebutuhan yang tertunda. Sebanyak 53.9% responden berpendapat bahwa website yang menggunakan efek paralaks lebih membantu dalam hal ini. Sementara itu, 46.1% responden berpendapat bahwa website non paralaks lebih membantu (McPeak, 2015). Ini

menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa website dengan efek paralaks lebih bermanfaat dalam mengejar ketertinggalan informasi atau kebutuhan yang tertunda, meskipun selisihnya tidak terlalu besar (Dewi, 2017).



Gambar 20. Gambar 11 Preferensi Website

Mengenai preferensi mereka antara website dengan efek paralaks dan website tanpa efek paralaks dalam menyampaikan informasi dan fitur-fitur LegitCheck. Sebanyak 71.1% responden berpendapat bahwa website dengan efek paralaks lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan fitur-fitur LegitCheck. Sementara itu, 28.9% responden merasa bahwa website tanpa efek paralaks lebih efektif. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih website dengan efek paralaks untuk menyampaikan informasi dan fitur-fitur LegitCheck.

Tabel 1. Analisis Hasil Pengujian

Variabel	Website Parallax Scrolling Effect	Website Non-Parallax Scrolling Effect
Kualitas Sistem (Lebih mudah menyediakan Informasi)	81.6%	18.4%
Kualitas Sistem (Lebih Cepat)	2.6%	97.4%
Kualitas Informasi (Informasi Akurat)	81.6%	18.4%
Kualitas Informasi (Kelengkapan Informasi)	40.8%	59.2%
Kualitas Layanan (Responsif menyediakan layanan bantuan)	55.3%	44.7%
Kualitas Layanan (Lebih Ramah menyediakan layanan bantuan)	57.9%	42.1%
Pengunaan	3.9%	96.1%
Kepuasaan Pengguna	96.1%	3.9%
Net Benefit	77.6%	22.4%
Current Need Approach	64.5%	35.5%
Everyday Need Approach	60.5%	39.5%
Exhaustive Need Aproach	36%	64%
Catching-up Need Approach	53.9%	46.1%
Preferensi Website	71.1%	28.9%

Pada bagian ini, penulis akan menganalisis hasil pengujian dari survei yang telah dilakukan untuk menilai efektivitas website LegitCheck dengan dan tanpa penggunaan teknik Parallax Scrolling Effect. Analisis dilakukan berdasarkan variabel-variabel yang telah ditentukan dalam penelitian, yaitu Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, dan Manfaat Bersih, Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Aproach, Catching-up Need

Approach, dan Preferensi Website. Selain itu, penulis juga akan melihat preferensi pengguna terkait dengan teknik yang digunakan dalam website LegitCheck.

Berdasarkan analisis hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa penerapan teknik Parallax Scrolling Effect pada website LegitCheck memberikan sejumlah keunggulan signifikan dalam hal akurasi informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih, *current need approach, everyday need approach.* Meskipun ada kekurangan dalam hal kecepatan memuat halaman, mayoritas responden lebih menyukai website dengan teknik ini karena menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik dan interaktif. Akan tetapi website dengan menggunakan efek parallax scrolling perlu banyak perbaikan seperti peningkatan kecepatan muat halaman pada website, menambah kelengkapan informasi yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang lebih luas, mengoptimalkan teknik Parallax Scrolling Effect untuk tetap menjaga keseimbangan antara estetika dan fungsionalitas. Dengan demikian, website LegitCheck dapat menjadi lebih efektif sebagai alat promosi dan media informasi bagi pengguna..

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai penerapan teknik Parallax Scrolling Effect dalam pengembangan antarmuka website LegitCheck, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut Peningkatan Kualitas Informasi dan Layanan, Website dengan Parallax Scrolling Effect terbukti lebih efektif dalam menyajikan informasi yang akurat dan memberikan layanan yang lebih responsif dan ramah. Hal ini ditunjukkan oleh hasil survei di mana mayoritas responden merasa bahwa website dengan efek paralaks lebih unggul dalam aspek ini. Kepuasan Pengguna yang Lebih Tinggi, Sebanyak 96.1% responden merasa lebih puas dengan pengalaman penggunaan website yang menggunakan Parallax Scrolling Effect. Ini menunjukkan bahwa teknik ini mampu meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan dibandingkan dengan website non-parallax. Manfaat Bersih yang Lebih Besar, Sebanyak 77.6% responden berpendapat bahwa website dengan Parallax Scrolling Effect memberikan manfaat yang lebih besar. Ini menunjukkan bahwa penggunaan teknik ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengguna dan pemilik merek. Preferensi Penggunaan, Meskipun website non-parallax lebih sering digunakan karena kecepatan muat yang lebih cepat, website dengan Parallax Scrolling Effect tetap mendapatkan preferensi yang tinggi dari pengguna dalam hal efektivitas dan pengalaman penggunaan.

BIBLIOGRAFI

Alwi, I. (2015). Kriteria empirik dalam menentukan ukuran sampel pada pengujian hipotesis statistika dan analisis butir. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, *2*(2).

Dewi, R. R. (2017). *The Effectiveness of Using Cambridge Electronic Dictionary as Media To Teach Pronunciation of Pure Vowel Sounds at the Eleventh Grade Students of SMK Batik Perbaik Purworejo in the Academic Year 2016/2017*. PBI-FKIP.

Frederick, D., Mohler, J., Vorvoreanu, M., & Glotzbach, R. (2015). The Effects of Parallax Scrolling on User Experience in Web Design. *Journal of Usability Studies*, *10*(2).

Horng, J.-S., & Tsai, C.-T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian

culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, *31*(1), 74–85.
Ilbratt, C.-S. (2021). *Parallax Scrolling in a hedonic context: Does it influence the reader's experience?*
Kasih, P. (2017). *Perlindungan Hukum bagi Masyarakat Terhadap Peredaran Barang Palsu*. UAJY.
Kusumo, A. H., & Hartono, M. (2019). The evaluation of academic website using eye tracker and UEQ: a case study in a website of xyz. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *703*(1), 12049.
Mardiatmi, A. B. D., Dirkareshza, R., & Argo, J. G. (2022). Literasi Dan Sosialisasi Sebagai Upaya Menghindari Efek Hukum Dan Ekonomi Bagi Penjual Dan Pembeli Barang Tiruan Atau Barang Palsu Pada Umkm Di Kecamatan Cinere Depok, Jawa Barat. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, *6*(4), 2162–2168.
McPeak, J. (2015). *Beginning JavaScript*. John Wiley & Sons.
Mu'andhom, N. M. (2024). *Analisis Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dan Kebutuhan Hiburan Pada Subscriber Terhadap Konten Youtube Windah Basudara "Subnautica" Episode 1*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
Nizam, N. Z., & Jaafar, J. A. (2018). Interactive online advertising: The effectiveness of marketing strategy towards customers purchase decision. *International Journal of Human and Technology Interaction (IJHaTI)*, *2*(2), 9–16.
Novita Intan. (2022). *Kerugian Negara Akibat Peredaran Barang Palsu Capai Rp 291 Triliun*. https://ekonomi.republika.co.id/berita/riaxa8349/kerugian-negara-akibat-peredaran-barang-palsu-capai-rp-291-triliun
Rifaldy, A. (2024). *Evaluasi dan Redesain UI/UX Situs Web Dinkes Sleman dengan Menggunakan Metode A/B Testing*. Universitas Islam Indonesia.
Sari, I. P., Azzahrah, A., Qathrunada, I. F., Lubis, N., & Anggraini, T. (2022). Perancangan sistem absensi pegawai kantoran secara online pada website berbasis HTML dan CSS. *Blend Sains Jurnal Teknik*, *1*(1), 8–15.
Wang, R., & Sundar, S. S. (2018). How does parallax scrolling influence user experience? A test of TIME (Theory of Interactive Media Effects). *International Journal of Human–Computer Interaction*, *34*(6), 533–543.
Westland, J. C. (2022). A comparative study of frequentist vs Bayesian A/B testing in the detection of E-commerce fraud. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, *1*(1/2), 3–23.

Copyright holder:
Aditya Khawandi Putra, Nungki Selviandro, Gia Septiana Wulandari (2024)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

