

Perancangan *User Interface* dan *User Experience* pada Website E-Commerce Crypto Florist Menggunakan Metode Design Thinking

¹Nadia Widari Nasution, ²Dely Indah Sari, ³Dewi Lestari, ⁴Adelya Rifdah, ⁵Eustacia

^{1,2,3,5}Bisnis Digital, Institut Teknologi Batam, Batam, Indonesia

⁴Perdagangan Internasional, Institut Teknologi Batam, Batam, Indonesia

*Korespondensi: widari@iteba.ac.id

Submit : 15 Mei 2026 | Diterima : 13 Juli 2026 | Terbit : 15 Juli 2026

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has encouraged businesses to adopt web-based systems to improve operational efficiency and enhance customer service quality. Crypto Florist is a florist business that still relies on manual ordering processes through text messages and phone calls, resulting in inefficient transaction management and limited user experience. This study aims to design the User Interface (UI) and User Experience (UX) of the Crypto Florist e-commerce website using the Design Thinking approach to produce a user-centered interface that meets customer needs. The research employed the five stages of Design Thinking: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The interface prototype was developed using Figma and evaluated using the System Usability Scale (SUS) involving 12 respondents. The results indicate that the proposed e-commerce prototype successfully provides essential features, including product catalogs, online ordering, and digital payment, with a more intuitive and structured interface. The usability evaluation yielded an average SUS score of 80.63, which falls into the Good category, indicating that the prototype is highly usable and well accepted by users. This study contributes to the development of user-centered e-commerce interfaces and may serve as a reference for florist businesses and small-to-medium enterprises (SMEs) seeking to improve digital customer experiences.

Keywords: Design Thinking, User Interface, User Experience, E-Commerce, System Usability Scale.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi sistem berbasis web guna meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Crypto Florist merupakan salah satu usaha florist yang masih melayani proses pemesanan secara manual melalui pesan singkat dan panggilan telepon, sehingga kurang efektif dalam mengelola transaksi dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Penelitian ini bertujuan merancang User Interface (UI) dan User Experience (UX) pada website e-commerce Crypto Florist menggunakan metode Design Thinking agar menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penelitian dilaksanakan melalui lima tahapan Design Thinking, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Proses perancangan dilakukan menggunakan Figma, sedangkan evaluasi prototype dilakukan dengan metode System Usability Scale (SUS) yang melibatkan 12 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prototype website e-commerce berhasil menyediakan fitur utama berupa katalog produk, pemesanan, dan pembayaran secara daring dengan antarmuka yang lebih terstruktur dan mudah digunakan. Berdasarkan hasil pengujian SUS diperoleh skor rata-rata 80,63, yang termasuk dalam kategori Good, sehingga menunjukkan bahwa prototype memiliki tingkat usability yang baik dan dapat diterima oleh pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan website e-commerce pada usaha florist maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berorientasi pada peningkatan pengalaman pengguna.

Kata Kunci: Design Thinking, User Interface, User Experience, E-Commerce, System Usability Scale.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat terutama pada bidang informasi. Semakin besarnya kebutuhan akan sebuah informasi dengan teknologi informasi dibutuhkan oleh setiap kalangan dan setiap bidang (Syafara, 2023). Informasi merupakan pendukung untuk pemecahan masalah dan pengambilan keputusan disetiap organisasi ataupun perusahaan. Tidak terkecuali dalam bidang penjualan. Teknologi digital juga telah merambah bidang penjualan ditandai dengan bermunculannya aplikasi-aplikasi penjualan (Melisa et al., 2025). Aplikasi penjualan pada umumnya dapat menampilkan beragam produk yang disajikan dalam bentuk katalog sehingga pembeli dapat lebih mudah dalam memilih dan membandingkan produk-produk yang ada dalam toko tersebut. Selain itu, aplikasi penjualan dapat memudahkan dan memperlancar kinerja penjualan dalam hal pengolahan data penjualan (Barest Valety et al., 2023).

Dalam perancangan aplikasi penjualan ini mengaplikasikan prinsip design thinking dalam perencanaannya. Desain aplikasi e-commerce berbasis mobile memiliki peran penting di era digital saat ini, terutama karena semakin banyak orang menggunakan smartphone untuk berbelanja (Ansyari et al., 2025). Konsumen saat ini mengharapkan akses yang mudah dan informasi lengkap saat berbelanja online. Aplikasi e-commerce yang dirancang khusus untuk perangkat mobile dapat lebih baik memenuhi kebutuhan ini. Dengan adanya fitur-fitur wishlist dan konfirmasi pembayaran, aplikasi mobile dapat meningkatkan interaksi antara penjual dan pembeli, serta memberikan pengalaman belanja yang lebih memuaskan (Feisal Akbar et al., 2025).

Crypto Florist merupakan sebuah nama dari gerai toko florist yang menyediakan buket bunga dan sejenisnya, serta menjual berbagai produk seperti souvenir, hampers dan sebagainya (Sumber: <https://www.instagram.com/cryptoflorist/>). Namun, dengan banyaknya produk yang dijual pihak Toko Crypto Florist sendiri belum mempunyai suatu rancangan desain prototype e-commerce apalagi website itu sendiri. Untuk merancang sebuah prototype e-commerce situs web online shop, maka harus memiliki *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang baik sehingga pengguna tidak kesulitan dalam mengoperasikan produk yang telah dirancang dan mendapatkan pengalaman yang mengesankan oleh pengguna setelah menggunakan prototype tersebut.

UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*) adalah salah satu perkembangan teknologi yang dapat memanfaatkan sarana digital maupun internet untuk melakukan perancangan suatu produk (Haryuda Putra et al., 2021). Maka dari itu, tujuan penelitian ini bermaksud untuk membuat model perancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) dengan melakukan inovasi dalam bentuk website e-commerce dengan menggunakan Metode Design Thinking. Dengan melibatkan pelanggan dalam setiap desain, mulai dari identifikasi masalah, ideasi, protoyping, hingga pengujian, diharapkan aplikasi yang dikembangkan benar-benar dapat memberikan solusi yang tepat guna dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal (Birru Palgunadi et al., 2025).

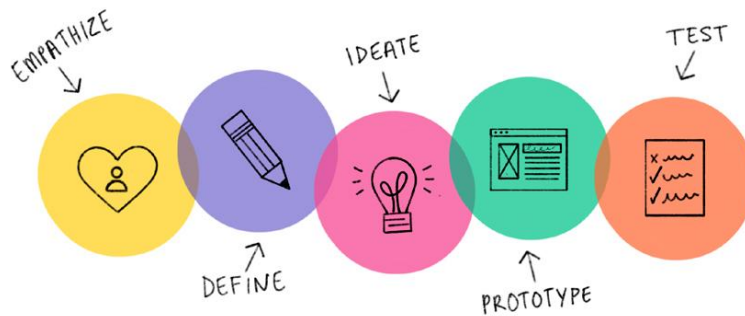
Berdasarkan kajian literatur, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada perancangan UI/UX menggunakan metode Design Thinking pada berbagai jenis aplikasi e-commerce, marketplace, maupun layanan digital. Namun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian yang secara khusus mengembangkan website e-commerce pada sektor florist masih sangat terbatas. Kedua, sebagian besar penelitian lebih menitikberatkan pada proses perancangan antarmuka tanpa menyajikan evaluasi usability secara kuantitatif menggunakan instrumen baku seperti System Usability Scale (SUS). Ketiga, penelitian sebelumnya belum banyak mengintegrasikan kebutuhan pengguna yang diperoleh melalui tahapan Design Thinking secara komprehensif hingga proses validasi prototype. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut melalui pengembangan prototype website e-commerce Crypto Florist berbasis Design Thinking yang dievaluasi menggunakan SUS, sehingga menghasilkan rancangan antarmuka yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga terbukti memiliki tingkat usability yang baik.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian tentang "Perancangan *User Interface* dan *User Experience* pada website E-Commerce Crypto Florist Menggunakan Metode Design Thinking". Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam pemesanan *bouquet* serta meningkatkan produktivitas dan keamanan manajemen pemesanan bagi pemilik bisnis (*business owner*).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan upaya ilmiah untuk mengumpulkan data kemudian diolah sehingga dapat diuraikan dengan tujuan untuk memecahkan atau menyelesaikan masalah dari suatu hal yang sedang diteliti.

Design Thinking merupakan metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide untuk memperoleh sebuah solusi. Design Thinking tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan, namun juga berfokus pada pengalaman pengguna (*user*) (Sari et al., 2020). Design Thinking digunakan untuk mencari solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks. Pemikiran yang diterapkan adalah pemikiran komprehensif untuk mendapatkan sebuah solusi. Berikut adalah tahapan metode design thinking dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking*

Design Thinking adalah metode yang digunakan untuk menemukan solusi dari suatu masalah dengan cara proses kolaboratif dengan calon pengguna sehingga produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan juga keinginan pengguna (Ramadhan & Firdausiah, 2024). Keunggulan metode design thinking dapat memacu ide-ide inovatif ketika tim sedang melalui fase-fase inspirasi, ide, dan implementasi (Puspa Aprilia, 2024).

Terdapat 5 tahapan dalam metode design thinking seperti yang ditampilkan pada Gambar 1, yaitu:

1. *Empathize*

Empathize adalah tahap pertama dalam design thinking. Tahapan ini bermaksud untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang sedang dihadapi, biasanya pada tahapan ini dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, dan juga cara lainnya yang memungkinkan kita untuk mendapatkan data yang akurat dari calon pengguna.

2. *Define*

Define merupakan tahapan untuk mengumpulkan semua informasi yang didapat pada tahap *Empathize*. Setelah mengumpulkan informasi tersebut kemudian menggolongkan masalah dan juga menganalisis data tersebut untuk menjadikan sebuah sudut pandang (*Point of View*). Proses menganalisa masalah akan membantu mengumpulkan ide-ide yang akan digunakan untuk memecahkan masalah secara efektif.

3. *Ideate*

Ideate merupakan tahapan untuk menghasilkan ide-ide. Pada brainstorming, ide-ide yang muncul akan ditampung untuk mencari solusi permasalahan yang sedang dihadapi calon pengguna (Matondang, 2020). Setelah terkumpul kemudian ide-ide tersebut diuji untuk menemukan mana ide yang terbaik yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

4. *Prototype*

Prototype merupakan tahapan yang berguna untuk mengimplementasikan ide yang sudah dapat didapat dalam tahap sebelumnya menjadi sebuah aplikasi/produk uji coba (Fajar et al., 2022). Prototype dapat juga digunakan untuk pengujian yang dilakukan oleh anggota tim sehingga bisa memperbaiki dan juga mengevaluasi ide-ide baru. Pada tahapan ini juga memungkinkan tim menemukan masalah dari masing-masing prototype sehingga dapat dilakukan perbaikan sehingga mampu menghasilkan produk yang lebih baik.

5. Test

Test merupakan tahap yang dibuat untuk uji coba dengan tujuan untuk melihat seberapa baik prototype tersebut menyelesaikan/menangani masalah yang sudah dianalisis pada tahap satu *dan* juga dua. Setelah prototype yang merupakan contoh produk tersebut diujicobakan kepada calon pengguna, kita mendapat feedback sehingga memungkinkan untuk membuat perubahan dan juga penyempurnaan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka. Metode pengujian yang digunakan adalah *System Usability Testing* (SUS) dengan menyebarkan kuisisioner kepada *user* (Pratama et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah desain aplikasi E-Commerce berbasis mobile untuk Toko Crypto Florist dengan pendekatan metode *Design Thinking*. Berikut pembahasan analisis dan perancangan dari metode Design Thinking:

A. Empathize

Pada tahap *Empathize* ini merupakan suatu proses pemahaman empatik tentang masalah yang ingin diselesaikan, dengan cara melalui observasi atau wawancara dan kuisisioner. Wawancara dilakukan secara online (kuisisioner) yang telah disebarakan pada pelanggan Toko Crypto Florist. Dari hasil survei, akan dipilih 12 orang dalam rentang usia 19 – 35 tahun untuk turut serta dalam penyusunan *Empathy Map*.

Berikut adalah *Empathy Map* dengan kategori *Says, Does, Feels, dan Thinks* berdasarkan responden yang memiliki keinginan membeli buket secara online dan offline untuk fitur aplikasi yang akan dirancang (Amin & Pasha, 2023). Poin ini mencakup tanggapan positif dan negatif terkait pengalaman mereka dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. *Empathy Map*

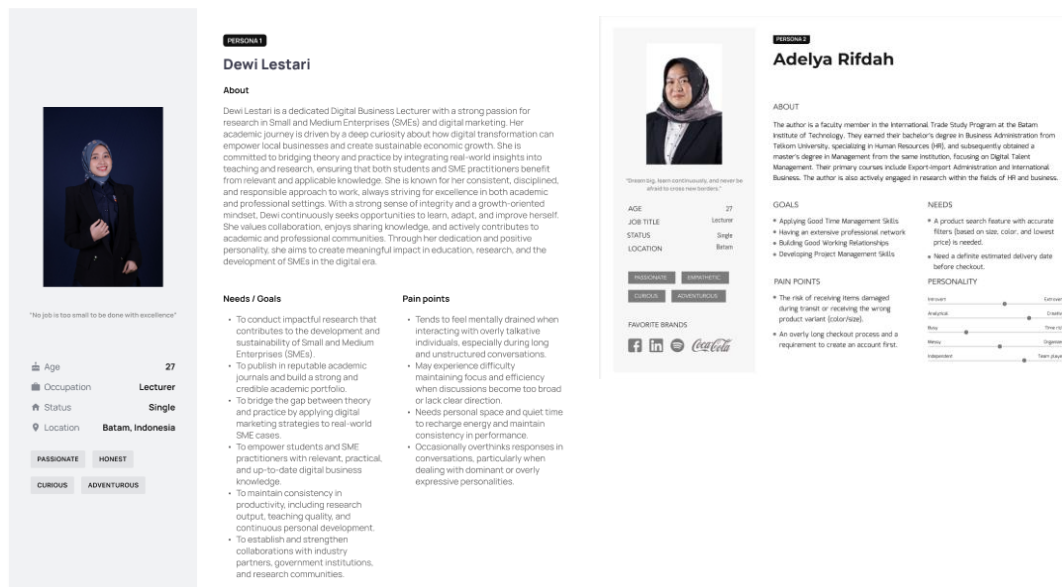
Aspek	Keterangan
<i>Says</i>	1. Butuh opsi khusus untuk permintaan, seperti tambahan bunga dan boneka. 2. Saya kesulitan menemukan informasi promo atau diskon di aplikasi. 3. Waktu pengiriman sering lebih lama dari estimasi yang diberikan. 4. Senang sekali bisa pesan buket kapan saja tanpa harus datang langsung ke toko.
<i>Does</i>	1. Menyimpan pesanan favorit untuk mempermudah pemesanan di kemudian hari. 2. Memberikan ulasan setelah menerima pesanan, terutama terkait kesesuaian pesanan dan kecepatan pengiriman. 3. Sering mengecek status pesanan jika mengalami keterlambatan. 4. Berbagi aplikasi dengan teman-teman yang juga ingin memesan buket tanpa harus datang langsung ke toko.
<i>Feels</i>	1. Kecewa saat pesanan tidak sesuai, misalnya karena jumlah bunga lebih sedikit atau warna kertas yang kurang menarik. 2. Merasa aplikasi kurang intuitif, terutama bagi pengguna yang jarang menggunakan aplikasi. 3. Terasa menyenangkan karena bisa memesan buket tanpa harus datang langsung ke toko. 4. Terkadang khawatir tentang keamanan pembayaran digital saat melakukan transaksi.
<i>Thinks</i>	1. Apakah mungkin ada fitur untuk memesan lebih cepat di jam-jam sibuk? 2. Aplikasi ini harus lebih responsif agar tidak macet saat ramai. 3. Mungkin perlu ada program loyalitas agar lebih menarik bagi pelanggan tetap. 4. Terlalu banyak notifikasi kadang mengganggu, harus bisa lebih ringkas.

Dengan begitu penulis mendapatkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh pengguna dan didapatkan sudut pandang sebagai berikut:

- Sebagian pengguna tertarik akan website e-commerce.
- Desain tampilan aplikasi yang menarik.
- Mudah untuk diakses.

B. Define

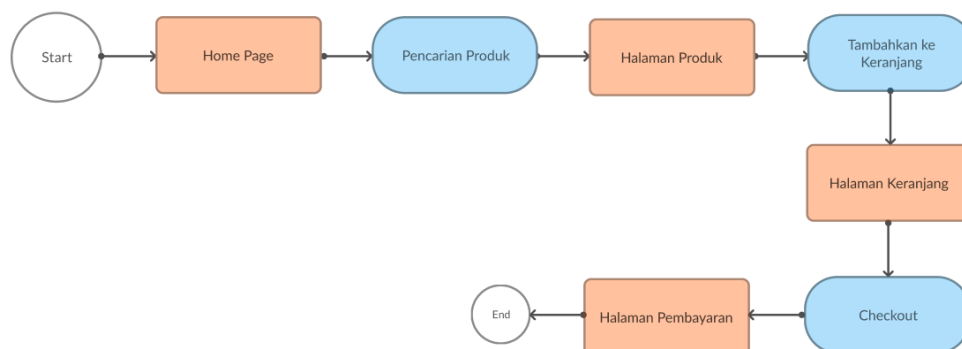
Proses *define* adalah proses mendapatkan opini pengguna dan memahami kebutuhan pengguna, maka dibuatkan user persona dengan target pengguna sebanyak 2 orang. Pada setiap persona menjelaskan tentang identitas seperti nama, umur dan pekerjaan. Berikut merupakan tampilan user persona untuk user atau calon pengguna dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. User Persona

C. Ideate

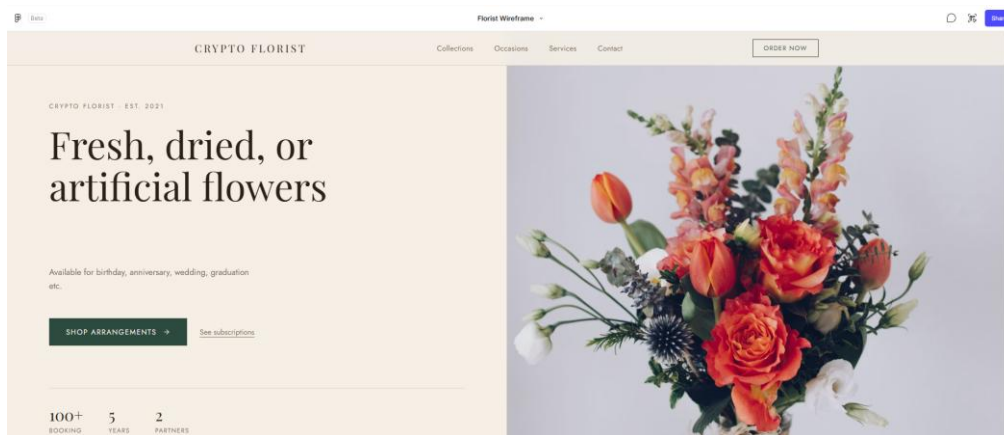
Pada tahap *ideate* ini, proses terjadinya perancangan solusi yang ditawarkan dari berbagai ide yang telah dikumpulkan. Berikut adalah solusi yang dirancang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. User Flow
(Sumber: Penulis, 2026)

D. Prototype

Tahap *prototype* yang dimana dilakukannya pembuatan rancangan tampilan sebuah website dan mengimplementasikan ide agar menghasilkan suatu prototype tampilan visual berupa *low* dan *high fidelity wireframe*. Hasil perancangan desain *Low Fidelity Wireframe* dari website Crypto Florist dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Prototype Pengguna

(Sumber: <https://www.figma.com/make/icaCSxd1zOqw0333q2udWk/Florist-Wireframe?code-node-id=0-9&p=f&t=rGQwWeNi1RfijggF-0&fullscreen=1>)

E. Test

Pada tahap ini dilakukan pengujian desain prototype dan pengalaman pengguna untuk Aplikasi Penjualan pada Toko Crypto Florist dilakukan setelah seluruh proses perancangan prototype selesai. Dalam pengujian ini, dilakukan *usability testing* dengan pendekatan kuantitatif untuk menilai seberapa efektif dan efisien desain prototype yang digunakan, evaluasi dilakukan berdasarkan tingkat keberhasilan dan durasi yang diperlukan oleh pengguna untuk menyelesaikan skenario yang telah ditentukan. Berikut daftar pernyataan *usability scale* yang akan diujikan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pernyataan *Usability Testing*

No.	Pernyataan
1	Saya merasa akan kembali menggunakan sistem ini di masa mendatang.
2	Menurut saya, aplikasi ini cukup sulit untuk digunakan.
3	Fitur-fitur dalam aplikasi ini, menurut saya, sangat mudah dioperasikan.
4	Saya memerlukan bantuan pihak lain atau teknisi untuk memahami cara menggunakan sistem ini.
5	Fitur dalam sistem ini berfungsi sesuai dengan harapan saya.
6	Saya menemukan beberapa ketidakkonsistenan dalam sistem ini yang mengganggu.
7	Menurut saya, pengguna lain dapat memahami aplikasi ini dengan mudah dan cepat.
8	Aplikasi ini tampak membingungkan bagi saya dalam penggunaannya.
9	Saya tidak menemui kendala selama menggunakan sistem ini.
10	Saya merasa perlu beradaptasi terlebih dahulu sebelum nyaman menggunakan aplikasi ini.

Nilai skala pada *usability testing* dimulai dari nilai 1 yang berarti tidak setuju dengan desain halaman prototype atau fitur yang dibuat, sampai dengan skala 5 yang berarti sangat setuju dengan desain halaman prototype atau fitur yang dibuat. Dan nilai dari skala ini akan diperoleh nilai rata-rata untuk menentukan hasil akhir dari pengujian yang diberikan berdasarkan desain halaman prototype yang sudah dibuat. Dan hasil akan dikalikan 2,5 untuk mengetahui hasil dari *usability score*.

Dalam penelitian ini, dari sebanyak 12 responden yang terdiri dari pemilik (*owner*) dan mahasiswa Institut Teknologi Batam yang telah melihat tampilan prototype Toko Crypto Florist, menjawab sebanyak 10 pertanyaan yang diberikan. Hasil jawaban dari kuisioner akan dihitung rata-rata dan hasil dari rata-rata akan dibuat interpretasi seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Rating *Usability Testing*

Usability Score	Grade	Rating
> 80,3	A	Excellent
68 – 80,3	B	Good
68	C	Okay
51 – 68	D	Poor
<51	E	Awful

Pengukuran kualitatif dilakukan melalui evaluasi persepsi subjektif responden dengan menggunakan kuesioner (Yasin et al., 2024). Berikut ini adalah cara menghitung nilai dalam kuesioner SUS:

- Skor pernyataan ganjil (1,3,5,7,9) didapatkan dari skala penilaian dikurangi angka 1.
- Skor pernyataan genap (2,4,6,8,10) didapatkan dengan cara mengurangkan angka nilai 5 dengan skala penilaian.
- Jumlahkan seluruh skor dan kalikan 2,5 untuk memperoleh nilai total.

Hasil jawaban yang diperoleh dari 12 partisipan yang telah terpilih dalam pengujian usability *testing* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Skor Hasil Perhitungan Pengujian SUS

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
R1	5	2	5	3	5	2	5	3	5	1	34
R2	5	1	5	2	5	3	4	2	5	3	33
R3	5	2	4	2	4	2	5	3	4	2	31
R4	4	3	5	2	5	1	5	1	5	1	36
R5	3	3	4	2	4	3	5	3	5	1	30
R6	4	3	5	1	5	3	5	3	3	3	29
R7	4	3	4	3	4	2	4	1	4	3	29
R8	4	1	4	1	4	1	5	2	5	1	37
R9	5	2	4	1	4	3	5	3	5	1	33
R10	5	3	4	4	4	2	5	3	4	2	29
R11	5	1	4	3	4	2	5	1	4	1	34
R12	5	2	4	3	4	2	5	2	5	3	32
Skor Rata-Rata (Hasil Akhir)											32,25
Hasil Usability Score (Total * 2,5)											80,63

Evaluasi *usability* dilakukan menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS) dengan 12 responden yang menilai 10 pertanyaan terkait kemudahan dan konsistensi sistem aplikasi. Setiap pertanyaan diberi skor antara 1 hingga 5, dengan ketentuan perhitungan skor ganjil dan genap sesuai prosedur yang telah ditentukan. Berdasarkan hasil pengujian, skor rata-rata adalah 32,25 dan hasil *usability score* adalah 80,63 (*Good*) yang menunjukkan bahwa sistem aplikasi ini secara umum diterima dengan baik oleh para pengguna dan dinilai cukup mudah digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, metode Design Thinking berhasil diterapkan dalam proses perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) pada website e-commerce Crypto Florist melalui lima tahapan, yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Pendekatan tersebut memungkinkan proses perancangan dilakukan secara berpusat pada kebutuhan pengguna (*user-centered design*), sehingga menghasilkan prototype website yang mampu memfasilitasi proses pencarian produk, pemesanan, dan pembayaran secara lebih terstruktur serta mudah digunakan. Evaluasi prototype menggunakan metode System Usability Scale (SUS) terhadap 12 responden menghasilkan skor rata-rata 80,63, yang termasuk dalam kategori Good. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rancangan antarmuka yang dikembangkan memiliki tingkat usability yang baik dan dapat diterima oleh pengguna sebagai media pemesanan produk florist secara daring. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa rancangan prototype website e-commerce yang mengintegrasikan pendekatan Design Thinking dengan evaluasi usability menggunakan SUS sebagai dasar pengukuran kualitas pengalaman pengguna. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha florist maupun UMKM dalam mengembangkan sistem e-commerce yang lebih berorientasi pada kebutuhan pengguna dan mampu meningkatkan kualitas layanan digital. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yaitu jumlah responden yang relatif sedikit dan pengujian yang masih dilakukan pada tahap prototype sehingga belum mengukur performa sistem setelah diimplementasikan secara penuh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan prototype menjadi website yang dapat dioperasikan secara nyata (*fully functional website*), melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan beragam, serta mengombinasikan evaluasi

System Usability Scale (SUS) dengan metode lain, seperti User Experience Questionnaire (UEQ), Heuristic Evaluation (HE), atau analisis perilaku pengguna (user behavior analysis) agar diperoleh evaluasi pengalaman pengguna yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Z., & Pasha, N. (2023). Penerapan Metode Design Thinking dan Agile dalam Rancang Bangun Aplikasi Penjualanku. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(3), 755–766. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i3.3117>
- Ansyari, A., Arista, R. D., & Wulandari, H. (2025). Desain Aplikasi E-Commerce Berbasis Mobile Di Es Thamrin Kolak Durian Dengan Metode Design Thingking. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2575–2581. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14546>
- Barest Valety, S., Cholifah, W. N., & Astuti, L. S. (2023). PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PERANGKAT PARABOLA PADA PT INDO MEDIA PERSADA BERBASIS JAVA. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 04.
- Birru Palgunadi, D., Faqihuddin Hanif, I., Andika Pangestu, M., & dan Teknologi Informasi Fakultas Teknologi Industri dan Informatika, S. (2025). PERANCANGAN UI/UX MARKETPLACE DIGITAL UMKM MENGGUNAKAN METODE VALUE CHAIN. In *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)* (Vol. 3).
- Fajar, A., Setyawan, D., Refraugati, I., Dafa, M., & Widiati, I. S. (2022). Perancangan Prototype Aplikasi Review Wisata Berbasis Mobile. *Jurnal IT CIDA*, 8(1).
- Feisal Akbar, M., Musrifah, A., Kunci, K., Akbar, M. F., Musrifah, A., & Korespondensi Sutono Alamat, P. (2025). Perancangan Aplikasi E-Commerce Penjualan Furniture Berbasis Mobile Menggunakan React Native Informasi Artikel Abstrak. In *Pros. Semin. Nas. Tek. Univ. Suryakencana* (Vol. 2, Number 1).
- Haryuda Putra, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). PERANCANGAN UI/UX MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING BERBASIS WEB PADA LAPORTEA COMPANY. In *Rifqi Fahrudin Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan* (Vol. 8, Number 1).
- Matondang, M. (2020). Penerapan Metode Brainstorming Dalam Perancangan Produk POCHADE. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering*. <https://doi.org/10.32734/ee.v3i2.1071>
- Melisa, O. :, Faisal, T., & Fasa, M. I. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN E-COMMERCE DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA. *JMA*, 3(4), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Pratama, N., Anrahvi, R., & Stevani. (2024). Application of the System Usability Scale (SUS) Method in Measuring Student Satisfaction with the Academic Directory Website Penerapan Metode System Usability Scale (SUS) dalam Mengukur Kepuasan Mahasiswa terhadap Website Direktori Akademik. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 3, 74–80. <https://doi.org/10.57152/ijbem.v3i2.2024>
- Puspa Aprilia, D. (2024). Implementasi Metode Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi Rumah Baca Cerdas Library Mobile. *Media Online*, 4(6), 2850–2859. <https://doi.org/10.30865/klik.v4i6.1914>
- Ramadhan, G. B., & Firdausiah, R. A. (2024). Pendekatan Metode Design Thinking Dalam Perancangan Inovasi Produk. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 3(3), 918–928. <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.3.25>
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>
- Syafara, E. F. (2023). PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PERKEMBANGAN ORGANISASI UKM MULTIMEDIA ITB. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*. <https://doi.org/10.62281>
- Yasin, M., Garancang, S., & Hamzah, A. A. (2024). Metode dan Instrumen Pengumpulan Data (Kualitatif dan Kuantitatif). In *Journal of International Multidisciplinary Research*. <https://journal.banjareseapacific.com/index.php/jimr>