

**PENGEMBANGAN WEBSITE E-MARKETING UMKM KULINER  
FROZEN FOOD MENGGUNAKAN METODE LEAN UX DAN AIDA  
MARKETING MODEL (STUDI KASUS: TABASYUK)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Bagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Ilmu Komputer



**Oleh:**

**Ayurika Sinambela**

**NIM 2003717**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER  
DEPARTEMEN PENDIDIKAN ILMU KOMPUTER  
FAKULTAS PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN  
ALAM  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2024**

**PENGEMBANGAN WEBSITE E-MARKETING UMKM KULINER  
FROZEN FOOD MENGGUNAKAN METODE LEAN UX DAN AIDA  
MARKETING MODEL (STUDI KASUS: TABASYUK)**

Oleh:  
Ayurika Sinambela  
2003717

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Komputer pada Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan  
Alam

© Ayurika Sinambela  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2024

Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

**HALAMAN PENGESAHAN**

AYURIKA SINAMBELA

**PENGEMBANGAN WEBSITE E-MARKETING UMKM KULINER  
FROZEN FOOD MENGGUNAKAN METODE LEAN UX DAN AIDA  
MARKETING MODEL (STUDI KASUS: TABASYUK)**

Disetujui dan disahkan oleh Pembimbing

Pembimbing I



**Herbert Siregar, M.T.**

NIP. 197005022008121001

Pembimbing II



**Dr. Asep Wahyudin, M.T.**

NIP. 197112232006041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komputer



**Dr. Muhammad Nursalman, M.T.**

NIP. 197909292006041002

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan *Website E-Marketing* UMKM Kuliner *Frozen Food* Menggunakan Metode *Lean UX* dan *AIDA Marketing Model* (Studi Kasus: Tabasyuk)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024  
Yang membuat pernyataan,

Ayurika Sinambela

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian “Pengembangan *Website E-Marketing* UMKM Kuliner *Frozen Food* Menggunakan Metode Lean UX dan *AIDA Marketing Model* (Studi Kasus: Tabasyuk)” dengan baik. Penyusunan skripsi ini ditujukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Komputer di Program Studi S1 Ilmu Komputer Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan, dan semangat dari berbagai pihak dalam bentuk moral maupun material. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak tersebut.

Skripsi ini telah disusun dengan penuh dedikasi dan usaha terbaik dari peneliti. Meskipun begitu, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan tulus terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dengan harapan dapat melakukan perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menjadi sarana untuk meningkatkan pengetahuan penulis.

Bandung, Agustus 2024

Penyusun,

Ayurika Sinambela

**PENGEMBANGAN WEBSITE E-MARKETING UMKM KULINER  
FROZEN FOOD MENGGUNAKAN METODE LEAN UX DAN AIDA  
MARKETING MODEL (STUDI KASUS: TABASYUK)**

**ABSTRAK**

Masalah yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini adalah perubahan pola perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan UMKM harus beradaptasi dengan tren belanja *online*. Tabasyuk, UMKM yang bergerak di bidang kuliner *frozen food* di Kota Tangerang, telah mengalami perubahan strategi pemasaran yaitu membangun *brand* dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace* untuk mencapai konsumen. Tabasyuk juga ingin memperluas cakupan pasar dan memperkuat citra positif *brand*-nya melalui pembuatan *website*. Metode Lean UX digunakan sebagai pendekatan pengembangan *website* sehingga dapat merilis produk secara cepat dan menerima umpan balik dari pengguna untuk meminimalisasi risiko proyek. Strategi pemasaran AIDA juga diimplementasikan dalam konten *website* untuk melibatkan pengguna menuju fitur utama produk dengan lancar dan efisien. Hasil pengujian UX yang dilakukan dengan *User Experience Questionnaire* (UEQ) menyatakan bahwa keenam dimensi UEQ dari *website* ini mendapatkan penilaian “*Excellent*”. Pengujian *System Usability Scale* (SUS) mencapai skor 86,5 yang berarti tingkat *usability* termasuk ke dalam kategori “*Excellent*”. Hasil evaluasi efektivitas AIDA juga menunjukkan hasil yang sangat baik di setiap elemen, yaitu: (1) *attention* dengan TCR 89,44%, (2) *interest* dengan TCR 88,9%, (3) elemen *desire* dengan TCR 85,7%, (4) *action* dengan TCR 85%.

**Kata Kunci:** AIDA, *e-marketing*, *Lean UX*, *Website*, SUS, UEQ, UMKM

**DEVELOPMENT OF E-MARKETING WEBSITE FOR FROZEN FOOD  
CULINARY MSMEs USING LEAN UX METHOD AND AIDA MARKETING  
MODEL (CASE STUDY: TABASYUK)**

**ABSTRACT**

*The problems faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) today are changes in consumer behaviour patterns influenced by the development of digital technology and the impact of the COVID-19 pandemic, which causes MSMEs to adapt to online shopping trends. Tabasyuk, an MSME engaged in frozen food culinary in Tangerang City, has experienced a change in marketing strategy, namely building a brand by utilising social media and marketplaces to reach consumers. Tabasyuk also wants to expand its market coverage and strengthen its positive brand image through website development. The Lean UX method is used as an approach to website development so that it can release products quickly and receive feedback from users to minimise project risks. The AIDA marketing strategy was also implemented in the website content to engage users towards the main features of the product smoothly and efficiently. The results of UX testing conducted with the User Experience Questionnaire (UEQ) stated that all six UEQ dimensions of this website received an 'Excellent' rating. System Usability Scale (SUS) testing reached a score of 86.5, which means that the usability level is included in the 'Excellent' category. The AIDA effectiveness evaluation results also show excellent results in each element, namely: (1) attention with TCR 89.44%, (2) interest with TCR 88.9%, (3) desire element with TCR 85.7%, (4) action with TCR 85%.*

**Keywords:** *AIDA, e-marketing, Lean UX, Website, SUS, UEQ, MSMEs*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Batasan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1 Peta Literatur .....	10
2.2 <i>Website</i> .....	10
2.3 <i>User Experience (UX)</i> .....	11
2.3.1 <i>Lean UX</i> .....	12
2.3.2 <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> .....	18
2.3.3 <i>System Usability Scale (SUS)</i> .....	19
2.3.4 Prinsip Gestalt .....	20
2.4. <i>E-marketing</i> .....	21
2.4.1 <i>AIDA Marketing Model</i> .....	22
2.5 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	23
2.5.1 Tabasyuk .....	24
2.6 Teknik Pengumpulan Data .....	25
2.7 Teknik Analisis Data .....	26
2.8 Penelitian Terdahulu .....	27



BAB III METODE PENELITIAN .....	30
3.1    Desain Penelitian .....	30
3.2    Alat dan Bahan Penelitian .....	33
3.2.1    Alat Penelitian .....	33
3.2.2    Bahan Penelitian .....	33
3.3    Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.4    Metode Pengujian Nilai <i>User Experience</i> .....	34
3.5    Metode Pengujian Efektivitas Strategi Pemasaran AIDA .....	35
3.6    Validasi Ahli.....	40
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	42
4.1    Identifikasi Masalah.....	42
4.2    Menentukan Tujuan Penelitian.....	42
4.3    Tinjauan Pustaka.....	43
4.4    Pengumpulan Data.....	43
4.4.1    Wawancara .....	43
4.4.2    Observasi.....	47
4.5 <i>Lean UX: Declare Outcomes, Assumptions, and Hypotheses</i> .....	47
4.5.1    Menyusun <i>Problem Statement</i> .....	48
4.5.2    Membuat Daftar Asumsi .....	48
4.5.3    Membuat <i>Proto-Persona</i> .....	50
4.5.4    Menyusun <i>Hypotheses Statement</i> .....	52
4.6 <i>Lean UX: Design It</i> .....	53
4.6.1    Membuat <i>Information Architecture</i> .....	53
4.6.2    Membuat <i>Navigation Map</i> .....	56
4.6.3    Merancang <i>Wireframe</i> .....	58
4.6.4    Membuat <i>Design System</i> .....	69
4.7 <i>Lean UX: Create an MVP</i> .....	76
4.7.1    Merancang <i>Prototype</i> .....	76
4.7.2    Implementasi Prinsip Gestalt .....	87
4.7.3    Validasi <i>Stakeholder, Ahli UX, dan Ahli Marketing</i> .....	93
4.8    Implementasi Program.....	100
4.9 <i>Lean UX: Research and Learning</i> .....	101

4.9.1	<i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> .....	101
4.9.2	<i>System Usability Scale (SUS)</i> .....	107
4.9.3	Kuesioner Efektivitas AIDA .....	109
4.9.4	Pembahasan Hasil Pengujian dan Kesimpulan .....	113
BAB V KESIMPULAN .....		119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran .....	121
LAMPIRAN .....		123
DAFTAR PUSTAKA .....		145

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta literatur .....	10
Gambar 2.2 Tahapan <i>Lean UX</i> (Gothelf & Seiden, 2016).....	12
Gambar 2.3 <i>Problem statement template</i> (Gothelf & Seiden, 2016).....	13
Gambar 2.4 <i>Assumptions worksheet</i> (Gothelf & Seiden, 2016).....	14
Gambar 2.5 Format hipotesis (Gothelf & Seiden, 2016) .....	15
Gambar 2.6 <i>Proto-persona template</i> (Gothelf & Seiden, 2016) .....	16
Gambar 2.7 Daftar pertanyaan UEQ (Santoso et al., 2016).....	19
Gambar 2.8 Item Penilaian AIDA (Kyguolien\,e & Braziulyt\,e, 2022) .....	23
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian .....	31
Gambar 3.2 Kategori hasil keseluruhan skor (Bangor, et al, 2009) .....	35
Gambar 4.1 <i>Proto-Persona 1</i> .....	51
Gambar 4.2 <i>Proto-Persona 2</i> .....	52
Gambar 4.3 <i>Information Architecture</i> .....	56
Gambar 4.4 <i>Navigation Map</i> .....	57
Gambar 4.5 <i>Wireframe</i> Halaman Beranda .....	59
Gambar 4.6 <i>Wireframe</i> Produk.....	62
Gambar 4.7 <i>Wireframe</i> Halaman Cara Pesan.....	64
Gambar 4.8 <i>Wireframe</i> Tentang Kami.....	65
Gambar 4.9 <i>Wireframe</i> FAQ .....	67
Gambar 4.10 <i>Wireframe</i> Modal Detail Produk .....	68
Gambar 4.11 Logo Tabasyuk .....	69
Gambar 4.12 <i>Color Palette</i> .....	70
Gambar 4.13 Tampilan <i>Typography</i> .....	72
Gambar 4.14 Komponen <i>Buttons</i> .....	73
Gambar 4.15 Komponen <i>Slider Button</i> .....	74
Gambar 4.16 Komponen <i>Navigation Bar</i> .....	74
Gambar 4.17 Komponen <i>Footer</i> .....	74
Gambar 4.18 Komponen <i>Card</i> Produk .....	75
Gambar 4.19 Komponen <i>Card</i> Testimoni.....	75
Gambar 4.20 Komponen <i>Card Call-to-Action</i> .....	75
Gambar 4.21 Komponen <i>Accordion</i> FAQ .....	76

Gambar 4.22 <i>Prototype</i> Halaman Beranda .....	77
Gambar 4.23 <i>Prototype</i> Halaman Produk .....	79
Gambar 4.24 <i>Prototype</i> Halaman Cara Pesan .....	80
Gambar 4.25 <i>Prototype</i> Halaman Tentang Kami .....	81
Gambar 4.26 <i>Prototype</i> Halaman FAQ.....	82
Gambar 4.27 <i>Prototype</i> Modal Detail Produk.....	83
Gambar 4.28 Implementasi <i>proximity</i> pada <i>navigation bar</i> .....	87
Gambar 4.29 Implementasi <i>proximity</i> pada komponen keunggulan .....	87
Gambar 4.30 Implementasi <i>proximity</i> pada <i>card</i> testimoni .....	88
Gambar 4.31 Implementasi <i>proximity</i> pada <i>footer</i> .....	88
Gambar 4.32 Implementasi <i>closure</i> pada <i>icon</i> .....	88
Gambar 4.33 Implementasi <i>closure</i> pada ilustrasi.....	89
Gambar 4.34 Implementasi <i>closure</i> pada <i>accordion</i> .....	89
Gambar 4.35 Implementasi <i>closure</i> pada <i>button</i> .....	89
Gambar 4.36 Implementasi <i>symmetry</i> pada konten edukasi .....	90
Gambar 4.37 Implementasi <i>symmetry</i> pada testimoni .....	90
Gambar 4.38 Implementasi <i>symmetry</i> pada <i>padding website</i> .....	91
Gambar 4.39 Implementasi <i>continuity</i> pada <i>milestone</i> .....	91
Gambar 4.40 Implementasi <i>continuity</i> pada <i>slider</i> produk .....	92
Gambar 4.41 Implementasi <i>similarity</i> pada poin keunggulan.....	92
Gambar 4.42 Implementasi <i>similarity</i> pada <i>button group marketplace</i> .....	93
Gambar 4.43 Komponen Cara Pesan Sebelum Validasi Ahli .....	97
Gambar 4.44 Komponen Cara Pesan Setelah Validasi Ahli .....	98
Gambar 4.45 Distribusi Jawaban UEQ per Item .....	103
Gambar 4.46 Nilai Rata-Rata UEQ per <i>Item</i> .....	105
Gambar 4.47 Visualisasi Kesimpulan Hasil UEQ .....	106
Gambar 4.48 Grafik Perhitungan Perbandingan <i>Benchmark</i> UEQ .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar pernyataan SUS .....	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Instrumen Evaluasi AIDA .....	36
Tabel 3.2 Instrumen Validasi Ahli UX (Paay & Kjeldskov, 2008).....	40
Tabel 3.3 Instrumen Validasi Ahli <i>Marketing</i> (Purbaningsih et al., 2022).....	41
Tabel 4.1 Pedoman Wawancara Pemilik UMKM Tabasyuk .....	44
Tabel 4.2 Tabel Business Assumptions .....	49
Tabel 4.3 Tabel <i>User Assumptions</i> .....	49
Tabel 4.4 Tabel <i>Hypotheses Statement</i> .....	53
Tabel 4.5 Daftar Elemen UI Halaman Beranda.....	59
Tabel 4.6 Daftar Elemen UI Halaman Produk .....	62
Tabel 4.7 Daftar Elemen UI Cara Pesan .....	64
Tabel 4.8 Daftar Elemen UI Halaman Tentang Kami .....	65
Tabel 4.9 Daftar Elemen UI Halaman FAQ.....	67
Tabel 4.10 Daftar Elemen UI Modal Detail Produk.....	68
Tabel 4.11 <i>Typography</i> .....	71
Tabel 4.12 Implementasi <i>AIDA Marketing Model</i> dalam Konten <i>Website</i> .....	84
Tabel 4.14 Hasil Validasi oleh Stakeholder .....	93
Tabel 4.15 Hasil Validasi Ahli UX.....	94
Tabel 4.16 Hasil Validasi Ahli <i>Marketing</i> .....	98
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban UEQ per <i>Item</i> .....	101
Tabel 4.18 Nilai Rata-Rata UEQ per Item.....	103
Tabel 4.19 Kesimpulan Hasil UEQ .....	105
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Perbandingan <i>Benchmark</i> UEQ.....	106
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan SUS .....	107
Tabel 4.22 Klasifikasi Kategori Responden AIDA Berdasarkan Skor.....	109
Tabel 4.23 Pandangan Pengguna Terhadap Elemen <i>Attention</i> .....	110
Tabel 4.24 Pandangan Pengguna Terhadap Elemen <i>Interest</i> .....	110
Tabel 4.25 Pandangan Pengguna Terhadap Elemen <i>Desire</i> .....	111
Tabel 4.26 Pandangan Pengguna Terhadap Elemen <i>Action</i> .....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Pemilik Usaha Tabasyuk .....	123
Lampiran 2. Dokumentasi Observasi.....	131
Lampiran 3. Data Responden UEQ dan SUS.....	133
Lampiran 4. Jawaban <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) per Responden ..	135
Lampiran 5. Jawaban <i>System Usability Scale</i> (SUS) per Responden.....	139
Lampiran 6. Data Responden Kuesioner AIDA.....	141
Lampiran 7. Jawaban Kuesioner Efektivitas AIDA per Responden .....	143

## DAFTAR PUSTAKA

- Aarlien, D., & Colomo-Palacios, R. (2020). Lean ux: A systematic literature review. *Computational Science and Its Applications--ICCSA 2020: 20th International Conference, Cagliari, Italy, July 1--4, 2020, Proceedings, Part VI 20*, 500–510.
- Abdulaal, H., & Mubarak, M. M. S. Al. (2021). The effect of technology-based applications on brand image in the telecommunications industry. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, 9(2). <https://doi.org/10.35940/ijeat.B3427.129219>
- Al-Mu'taz, B. A., Bintang, P. P. P., & Aditya, N. (2022). Redesain website marketplace yulibu com untuk meningkatkan user experience pengguna dengan metode lean UX. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains \& Teknologi*, 3(1), 91–108.
- Anggara, D. A., Harianto, W., & Aziz, A. (2021). Prototipe desain user interface aplikasi ibu siaga menggunakan lean UX. *Kurawal-Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri*, 4(1), 58–74.
- Ariyani, M., Surahman, A., Suaidah, S., & Wantoro, A. (2023). Implementasi metode AIDA dalam pengembangan website sebagai peningkatan promosi produk makanan UMKM Puding Hayu. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 250–261.
- Bagaihing, M. (2020). Tourist perception of the AIDA models implementation in the media of promotion in tourism attraction Tesbatan village, Kupang district. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 3(2), 76–82.
- Berners-Lee, T., & Fischetti, M. (1999). Weaving the web. *NEW YORK TIMES BOOK REVIEW*, 104, 20.
- Borsci, S., Federici, S., & Lauriola, M. (2009). On the dimensionality of the system usability scale: A test of alternative measurement models. *Cognitive Processing*, 10, 193–197.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Routledge.
- Cheung, V. S. Y., Lo, J. C. Y., Chiu, D. K. W., & Ho, K. K. W. (2022).

- Evaluating social media's communication effectiveness on travel product promotion: Facebook for college students in Hong Kong. *Information Discovery and Delivery*, 51(1), 66–73.
- Darna, D., Liliana, D. Y., Fatimah, F., Ermis, I., & Metekohy, E. Y. (2022). Meningkatkan pemasaran produk UMKM Depok melalui website iwapi Depok store. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), 100–107.
- Febriani, S., Sutabri, T., Abdillah, L. A., & others. (2023). Perancangan UI/UX aplikasi sistem informasi layanan administrasi dalam perspektif psikologi menggunakan metode prototype. *ArXiv Preprint ArXiv:2311.17345*.
- Gazi, M. A., Ali, M., & Tewary, P. (2020). E-marketing in Bangladesh: Step towards digitalization in business, major setbacks and prospective views. *World Journal of Business and Management*, 6, 38.  
<https://doi.org/10.5296/wjbm.v6i1.16765>
- Gothelf, J. (2013). *Lean UX: Applying lean principles to improve user experience*. “O'Reilly Media, Inc.”
- Gothelf, J., & Seiden, J. T. A.-T. T.-. (2016). *Lean UX: Designing great products with agile teams* (Second edi). O'Reilly Sebastopol, CA. [https://doi.org/LK - https://worldcat.org/title/958879414](https://doi.org/LK-https://worldcat.org/title/958879414)
- Haeruddin, H., & Hendri, H. (2021). Perancangan website company profile dan penjualan minimarket best one. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 1127–1131.
- Hart-Davis, G. (2023). *Teach yourself visually HTML and CSS: The fast and easy way to learn* (Second Edi). Hoboken, John Wiley & Sons, Inc.
- Hasibuan, F., Setiawan, H., Ali, E., & others. (2023). Prototype design user interface sistem preloved menggunakan metode lean UX. *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 137–148.
- Hinderks, A., Schrepp, M., Mayo, F. J. D., Escalona, M. J., & Thomaschewski, J. (2019). Developing a UX KPI based on the user experience questionnaire. *Computer Standards & Interfaces*, 65, 38–44.
- Hobson, A. (2004). *The oxford dictionary of difficult words*. Oxford University Press, USA.
- Kapllani, L., & Elmimouni, H. (2020). Gestalt principles in web design: A study



of the usage of similarity, symmetry and closure in today's websites.

*Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 57(1), e340.

Kyguolienė, A., & Braziulytė, R. (2022). Application of augmented reality in product packaging: Challenges and development opportunities. *Management of Organizations: Systematic Research*, 88.

Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and evaluation of a user experience questionnaire. *HCI and Usability for Education and Work: 4th Symposium of the Workgroup Human-Computer Interaction and Usability Engineering of the Austrian Computer Society, USAB 2008, Graz, Austria, November 20-21, 2008. Proceedings 4*, 63–76.

Levy, J. (2021). *UX strategy*. “O'Reilly Media, Inc.”

Lewis, J. R. (2018). The system usability scale: Past, present, and future. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 577–590.

Liu, L., Li, Y., Xiong, Y., Cao, J., & Yuan, P. (2018). An EEG study of the relationship between design problem statements and cognitive behaviors during conceptual design. *Ai Edam*, 32(3), 351–362.

Luther, L., Tiberius, V., & Brem, A. (2020). User experience (UX) in business, management, and psychology: A bibliometric mapping of the current state of research. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(2), 18.

Masni, M., & Saleh, H. (2022). Implementasi e-marketing dan etika bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bagi pelaku UMKM di masa pandemi covid-19. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 11.

Noviantono, S. B. (2024). *TA: Analisis dan Perancangan UI/UX pada website 3 pack Surabaya menggunakan metode lean UX*. Universitas Dinamika.

Oktiani, N., Yuliantari, K., Kuspriyono, T., Haryani, H., & Kurniasari, R. (2022). The effect promotion e-commerce toward effectiveness promotion by using (AIDA) methods. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 14–19.

Paay, J., & Kjeldskov, J. (2008). Understanding the user experience of location-based services: Five principles of perceptual organisation applied. *Journal of Location Based Services*, 2(4), 267–286.

Purbaningsih, Y., Putri, S. E., Bangkara, B. A., Nurofik, A., & Zahari, M. (2022).

- Understanding the AIDA model in marketing small business in the digital age: Opportunities and challenges. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 19978–19989.
- Ramadhan, A., Mardhia, M. M., & Anwar, N. (2023). Website promosi wisata baru di wilayah Yogyakarta dengan pendekatan lean UX. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 5(1), 25–32.
- Ritter, M., & Winterbottom, C. (2017). *UX for the web: Build websites for user experience and usability*. Packt Publishing Ltd.
- Santoso, H. B., Schrepp, M., Isal, R., Utomo, A. Y., & Priyogi, B. (2016). Measuring user experience of the student-centered e-learning environment. *Journal of Educators Online*, 13(1), 58–79.
- Schrepp, M., Thomaschewski, J., & Hinderks, A. (2017). *Construction of a benchmark for the user experience questionnaire (UEQ)*.
- Suarna, I. F., Hendrayati, H., & Hurriyati, R. (2022). The role of information communication and technology in supporting e-marketing strategy to improve marketing performance culinari SMEs. *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 209–215.
- Sugiyono, P. D. (2012). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r\&d (vol. 8). Alfabeta. Bandung.
- Unger, R., & Chandler, C. (2012). *A project guide to UX design: For user experience designers in the field or in the making*. New Riders.
- Yuesti, A., Agung, A. A. P., & Latupeirissa, J. J. P. (2019). Metode penelitian bisnis kuantitatif dan kualitatif. *KARTI*, 4.
- Aarlien, D., & Colomo-Palacios, R. (2020). Lean ux: A systematic literature review. *Computational Science and Its Applications--ICCSA 2020: 20th International Conference, Cagliari, Italy, July 1--4, 2020, Proceedings, Part VI 20*, 500–510.
- Abdulaal, H., & Mubarak, M. M. S. Al. (2021). The effect of technology-based applications on brand image in the telecommunications industry. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, 9(2). <https://doi.org/10.35940/ijeat.B3427.129219>
- Al-Mu'taz, B. A., Bintang, P. P. P., & Aditya, N. (2022). Redesain website

- marketplace yulibu com untuk meningkatkan user experience pengguna dengan metode lean UX. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(1), 91–108.
- Anggara, D. A., Harianto, W., & Aziz, A. (2021). Prototipe desain user interface aplikasi ibu siaga menggunakan lean UX. *Kurawal-Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri*, 4(1), 58–74.
- Ariyani, M., Surahman, A., Suaidah, S., & Wantoro, A. (2023). Implementasi metode AIDA dalam pengembangan website sebagai peningkatan promosi produk makanan UMKM Puding Hayu. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 250–261.
- Bagaihing, M. (2020). Tourist perception of the AIDA models implementation in the media of promotion in tourism attraction Tesbatan village, Kupang district. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 3(2), 76–82.
- Berners-Lee, T., & Fischetti, M. (1999). Weaving the web. *NEW YORK TIMES BOOK REVIEW*, 104, 20.
- Borsci, S., Federici, S., & Lauriola, M. (2009). On the dimensionality of the system usability scale: A test of alternative measurement models. *Cognitive Processing*, 10, 193–197.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Routledge.
- Cheung, V. S. Y., Lo, J. C. Y., Chiu, D. K. W., & Ho, K. K. W. (2022). Evaluating social media's communication effectiveness on travel product promotion: Facebook for college students in Hong Kong. *Information Discovery and Delivery*, 51(1), 66–73.
- Darna, D., Liliana, D. Y., Fatimah, F., Ermis, I., & Metekohy, E. Y. (2022). Meningkatkan pemasaran produk UMKM Depok melalui website iwapi Depok store. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), 100–107.
- Febriani, S., Sutabri, T., Abdillah, L. A., & others. (2023). Perancangan UI/UX aplikasi sistem informasi layanan administrasi dalam perspektif psikologi menggunakan metode prototype. *ArXiv Preprint ArXiv:2311.17345*.
- Gazi, M. A., Ali, M., & Tewary, P. (2020). E-marketing in Bangladesh: Step

towards digitalization in business, major setbacks and prospective views. *World Journal of Business and Management*, 6, 38.

<https://doi.org/10.5296/wjbm.v6i1.16765>

Gothelf, J. (2013). *Lean UX: Applying lean principles to improve user experience*. “O’Reilly Media, Inc.”

Gothelf, J., & Seiden, J. T. A.-T. T.-. (2016). *Lean UX: Designing great products with agile teams* (Second edi). O’Reilly Sebastopol, CA. [https://doi.org/LK - https://worldcat.org/title/958879414](https://doi.org/LK-https://worldcat.org/title/958879414)

Haeruddin, H., & Hendri, H. (2021). Perancangan website company profile dan penjualan minimarket best one. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 1127–1131.

Hart-Davis, G. (2023). *Teach yourself visually HTML and CSS: The fast and easy way to learn* (Second Edi). Hoboken, John Wiley & Sons, Inc.

Hasibuan, F., Setiawan, H., Ali, E., & others. (2023). Prototype design user interface sistem preloved menggunakan metode lean UX. *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 137–148.

Hinderks, A., Schrepp, M., Mayo, F. J. D., Escalona, M. J., & Thomaschewski, J. (2019). Developing a UX KPI based on the user experience questionnaire. *Computer Standards & Interfaces*, 65, 38–44.

Hobson, A. (2004). *The oxford dictionary of difficult words*. Oxford University Press, USA.

Kapllani, L., & Elmimouni, H. (2020). Gestalt principles in web design: A study of the usage of similarity, symmetry and closure in today’s websites. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 57(1), e340.

Kyguolienė, A., & Braziulytė, R. (2022). Application of augmented reality in product packaging: Challenges and development opportunities. *Management of Organizations: Systematic Research*, 88.

Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and evaluation of a user experience questionnaire. *HCI and Usability for Education and Work: 4th Symposium of the Workgroup Human-Computer Interaction and Usability Engineering of the Austrian Computer Society, USAB 2008, Graz*,

- Austria, November 20-21, 2008. *Proceedings 4*, 63–76.
- Levy, J. (2021). *UX strategy*. “O’Reilly Media, Inc.”
- Lewis, J. R. (2018). The system usability scale: Past, present, and future. *International Journal of Human--Computer Interaction*, 34(7), 577–590.
- Liu, L., Li, Y., Xiong, Y., Cao, J., & Yuan, P. (2018). An EEG study of the relationship between design problem statements and cognitive behaviors during conceptual design. *Ai Edam*, 32(3), 351–362.
- Luther, L., Tiberius, V., & Brem, A. (2020). User experience (UX) in business, management, and psychology: A bibliometric mapping of the current state of research. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(2), 18.
- Masni, M., & Saleh, H. (2022). Implementasi e-marketing dan etika bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bagi pelaku UMKM di masa pandemi covid-19. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 11.
- Noviantono, S. B. (2024). *TA: Analisis dan Perancangan UI/UX pada website 3 pack Surabaya menggunakan metode lean UX*. Universitas Dinamika.
- Oktiani, N., Yuliantari, K., Kuspriyono, T., Haryani, H., & Kurniasari, R. (2022). The effect promotion e-commerce toward effectiveness promotion by using (AIDA) methods. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 14–19.
- Paay, J., & Kjeldskov, J. (2008). Understanding the user experience of location-based services: Five principles of perceptual organisation applied. *Journal of Location Based Services*, 2(4), 267–286.
- Purbaningsih, Y., Putri, S. E., Bangkara, B. A., Nurofik, A., & Zahari, M. (2022). Understanding the AIDA model in marketing small business in the digital age: Opportunities and challenges. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 19978–19989.
- Ramadhan, A., Mardhia, M. M., & Anwar, N. (2023). Website promosi wisata baru di wilayah Yogyakarta dengan pendekatan lean UX. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 5(1), 25–32.
- Ritter, M., & Winterbottom, C. (2017). *UX for the web: Build websites for user experience and usability*. Packt Publishing Ltd.
- Santoso, H. B., Schrepp, M., Isal, R., Utomo, A. Y., & Priyogi, B. (2016). Measuring user experience of the student-centered e-learning environment.

*Journal of Educators Online*, 13(1), 58–79.

- Schrepp, M., Thomaschewski, J., & Hinderks, A. (2017). *Construction of a benchmark for the user experience questionnaire (UEQ)*.
- Suarna, I. F., Hendrayati, H., & Hurriyati, R. (2022). The role of information communication and technology in supporting e-marketing strategy to improve marketing performance culinari SMEs. *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 209–215.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r\&d (vol. 8)*. Alfabeta. Bandung.
- Unger, R., & Chandler, C. (2012). *A project guide to UX design: For user experience designers in the field or in the making*. New Riders.
- Yuesti, A., Agung, A. A. P., & Latupeirissa, J. J. P. (2019). Metode penelitian bisnis kuantitatif dan kualitatif. *KARTI*, 4.