

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* MENGGUNAKAN METODE *USER
EXPERIENCE DOUBLE DIAMOND* DAN MODEL MARKETING AISAS
STUDI KASUS: UMKM GUYAM GAYEM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi bagian dari
syarat memperoleh gelar Sarjana pada
Program Studi Ilmu Komputer



Oleh:

Farah Dwi Ameliani

2001286

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

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* MENGGUNAKAN METODE *USER EXPERIENCE DOUBLE DIAMOND* DAN MODEL MARKETING AISAS
STUDI KASUS: UMKM GUYAM GAYEM**

Oleh:

Farah Dwi Ameliani

2001286

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Komputer
pada Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

© Farah Dwi Ameliani

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

FARAH DWI AMELIANI

20021286

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* MENGGUNAKAN METODE *USER EXPERIENCE*
DOUBLE DIAMOND DAN MODEL MARKETING AISAS STUDI KASUS: UMKM
GUYAM GAYEM**

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING:

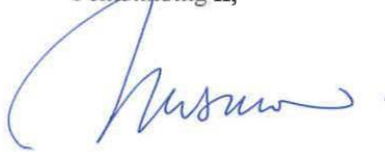
Pembimbing I,



Herbert Siregar, M.T.

NIP. 197005022008121001

Pembimbing II,



Dr. Muhammad Nursalman, M.T.

NIP. 197909292006041002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komputer



Dr. Muhammad Nursalman, M.T.

NIP. 197909292006041002

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* MENGGUNAKAN METODE *USER EXPERIENCE DOUBLE DIAMOND* DAN MODEL MARKETING AISAS
STUDI KASUS: UMKM GUYAM GAYEM**

Oleh

Farah Dwi Ameliani – farahdwi@upi.edu

2001286

ABSTRAK

Guyam Gayem adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan skala rumahan di Kota Bandung, yang menyediakan berbagai cemilan untuk beragam kalangan usia. Seiring perkembangan usaha dan kemajuan teknologi, Guyam Gayem memanfaatkan media sosial Instagram dan platform *e-commerce* Shopee untuk promosi dan pemasaran produk. Namun, untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memperkuat branding, mereka juga telah mengembangkan *website* sebagai salah satu sarana promosi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang *website* Guyam Gayem dengan menerapkan konsep *Double Diamond* dan model marketing AISAS. *Double Diamond* digunakan dalam pengembangan *website* melalui empat fase yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Selain itu, pengembangan ulang *website* juga dilakukan untuk meningkatkan fungsionalitas dari fitur *website*. Melalui penerapan keseluruhan fase tersebut, antarmuka *website* mengalami perubahan signifikan. Selain itu, model marketing AISAS tidak hanya diterapkan dalam penyusunan fitur dan konten, tetapi juga melibatkan para ahli di bidang marketing untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya. Untuk mengukur efektivitas *website* yang dikembangkan ulang, 25-28 responden dilibatkan dalam evaluasi berdasarkan aspek pengalaman pengguna (*user experience*) dan kegunaan/fungsionalitas (*usability*). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa nilai *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk masing-masing skala berada dalam kategori *Excellent*, dengan nilai rata-rata terendah sebesar 2,05 yaitu pada skala *Novelty*. Selain itu, pengujian menggunakan *System Usability Scale* (SUS) menghasilkan skor 89, yang juga berada dalam kategori *Excellent*, menunjukkan bahwa *website* hasil desain ulang memiliki kualitas yang sangat baik dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

Kata kunci: *Double Diamond*, Model AISAS, SUS, UEQ, UMKM, *User experience*, *Website*

**WEBSITE DEVELOPMENT USING DOUBLE DIAMOND USER
EXPERIENCE METHOD AND AISAS MARKETING MODEL
CASE STUDY: UMKM GUYAM GAYEM**

By

Farah Dwi Ameliani – farahdwi@upi.edu

2001286

ABSTRACT

Guyam Gayem is an MSME engaged in the home-scale food processing industry in Bandung, which provides various snacks for various ages. Along with business development and technological advancements, Guyam Gayem utilizes social media Instagram and e-commerce platform Shopee for product promotion and marketing. However, to expand their marketing reach and strengthen their branding, they have also developed a website as a means of promotion. This research aims to redesign Guyam Gayem's website by applying the Double Diamond concept and the AISAS marketing model. Double Diamond is used in website development through four phases, namely Discover, Define, Develop, and Deliver. In addition, website redevelopment is also carried out to improve the functionality of website features. Through the implementation of all these phases, the website interface underwent significant changes. In addition, the AISAS marketing model is not only applied in the preparation of features and content, but also involves experts in the field of marketing to ensure its relevance and effectiveness. To measure the effectiveness of the redeveloped website, 25-28 respondents were involved in an evaluation based on aspects of user experience and usability. The evaluation results showed that the User Experience Questionnaire (UEQ) scores for each scale were in the Excellent category, with the lowest average score of 2.05 on the Novelty scale. In addition, testing using the System Usability Scale (SUS) resulted in a score of 89, which is also in the Excellent category, indicating that the redesigned website has excellent quality in meeting user needs and expectations.

Keywords: *Double Diamond, AISAS Model, SUS, UEQ, MSME, User experience, Website*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Peta Literatur	10
2.2 UMKM	10
2.3 <i>Website</i>	11
2.4 <i>E-commerce</i>	12
2.5 <i>User Interface</i>	12
2.6 <i>User experience</i>	12
2.7 <i>Double Diamond</i>	14
2.8 Model AISAS	16
2.9 <i>Usability Testing</i>	18
2.10 <i>User experience</i> Questionnaire	18
2.11 <i>System Usability Scale</i>	21
2.12 Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian	29

3.2	Alat dan Bahan Penelitian	32
3.2.1	Alat Penelitian	32
3.2.2	Bahan Penelitian.....	33
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.4	Metode Pengukuran Nilai <i>User experience</i>	33
3.5	Validasi Ahli.....	34
3.6	Instrumen Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Tahap <i>Discover</i> pada <i>Double Diamond</i>	41
4.1.1	Wawancara	41
4.1.2	Studi Literatur	44
4.1.3	Observasi.....	45
4.1.4	Empathy map	46
4.2	Tahap <i>Define</i> pada <i>Double Diamond</i>	50
4.2.1	<i>User Persona</i>	51
4.2.2	Architecture information	55
4.3	Tahap <i>Develop</i> pada <i>Double Diamond</i>	59
4.3.1	Design Guidelines	60
4.3.2	<i>Wireframe</i>	63
4.3.3	Komponen Desain	81
4.3.4	<i>Prototype</i>	82
4.4	Implementasi Program	116
4.5	Tahap <i>Deliver</i> pada <i>Double Diamond</i>	117
4.5.1	Validasi Pemilik UMKM	117
4.5.2	Validasi Ahli UX	118
4.5.3	Validasi Ahli Marketing.....	124
4.5.4	Pengujian <i>Task Usability Testing</i>	139
4.5.5	<i>User experience</i> Questionnaire (UEQ)	140
4.5.6	<i>System Usability Scale</i> (SUS)	144
4.6	Pembahasan Hasil Pengujian.....	147
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		149
5.1	Kesimpulan.....	149

5.2	Saran.....	151
	DAFTAR PUSTAKA	153
	LAMPIRAN.....	158

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Pernyataan SUS	22
Tabel 3. 1 Instrumen Pengujian System Usability Scale	34
Tabel 3. 2 Instrumen Pengujian User experience Questionnaire	35
Tabel 3. 3 Validasi Model Marketing AISAS.....	37
Tabel 4. 1 Empathy map Pemilik Usaha.....	46
Tabel 4. 2 <i>Empathy map</i> Pelanggan.....	48
Tabel 4. 3 Hasil Penerapan Fitur dan Konten Berdasarkan AISAS.....	103
Tabel 4. 4 Perbandingan <i>Website</i>	112
Tabel 4. 5 Hasil Validasi Halaman Pelanggan oleh Pemilik Usaha	117
Tabel 4. 6 Hasil Validasi Halaman Admin oleh Pemilik Usaha	118
Tabel 4. 7 Hasil Validasi Ahli UX	119
Tabel 4. 8 Hasil Pendapat Ahli Marketing Terhadap Tahapan <i>Attention</i>	125
Tabel 4. 9 Hasil Pendapat Ahli Marketing Terhadap Tahapan <i>Interest</i>	129
Tabel 4. 10 Hasil Pendapat Ahli Marketing Terhadap Tahapan <i>Search</i>	133
Tabel 4. 11 Hasil Pendapat Ahli Marketing Terhadap Tahapan <i>Action</i>	136
Tabel 4. 12 Hasil Pendapat Ahli Marketing Terhadap Tahapan <i>Share</i>	137
Tabel 4. 13 <i>Task Usability Testing</i>	139
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Per Item	141
Tabel 4. 15 Hasil UEQ	142
Tabel 4. 16 Rata-Rata UEQ berdasarkan Skala	143
Tabel 4. 17 Hasil 6 Skala UEQ	144
Tabel 4. 18 Skor Asli SUS	145
Tabel 4. 19 Tabel Perhitungan SUS.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Literatur	10
Gambar 2. 2 Tahapan Double Diamond	14
Gambar 2. 3 Template Empathy map (Ferreira et al., 2015)	15
Gambar 2. 4 Perkembangan Model AIDMA ke AISAS	17
Gambar 2. 5 Struktur Skala UEQ	19
Gambar 2. 6 Daftar Pertanyaan UEQ	20
Gambar 2. 7 Interval tolok ukur untuk skala UEQ (Schrepp et al., 2014)	21
Gambar 2. 8 Grafik tolok ukur UEQ (Schrepp et al., 2014)	21
Gambar 2. 9 Skor SUS (Bangor et al., 2009)	23
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	29
Gambar 4. 1 <i>User Persona</i> Pemilik Usaha	51
Gambar 4. 2 <i>User Persona</i> Pelanggan 1	52
Gambar 4. 3 <i>User Persona</i> Pelanggan 2	52
Gambar 4. 4 <i>User Persona</i> Pelanggan 3	53
Gambar 4. 5 <i>User Persona</i> Pelanggan 4	53
Gambar 4. 6 <i>Architecture information Website</i> Pelanggan	55
Gambar 4. 7 <i>Architecture information Website</i> Admin Konten	57
Gambar 4. 8 <i>Architecture information Website</i> Admin Approve	59
Gambar 4. 9 Logo Guyam Gayem	60
Gambar 4. 10 Color Palette	61
Gambar 4. 11 Jenis <i>Font</i>	61
Gambar 4. 12 Layout Halaman Beranda	62
Gambar 4. 13 <i>Wireframe</i> Halaman Daftar Akun	63
Gambar 4. 14 <i>Wireframe</i> Halaman Login	64
Gambar 4. 15 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Landing page</i>	65
Gambar 4. 16 <i>Wireframe</i> Halaman Katalog Produk	66
Gambar 4. 17 <i>Wireframe</i> Halaman Detail Produk	67
Gambar 4. 18 <i>Wireframe</i> Halaman Keranjang	68
Gambar 4. 19 <i>Wireframe</i> Halaman Form Pemesanan	69
Gambar 4. 20 <i>Wireframe</i> Halaman Pembayaran	70
Gambar 4. 21 <i>Wireframe</i> Halaman Pesanan	71
Gambar 4. 22 <i>Wireframe</i> Halaman Tentang	71
Gambar 4. 23 <i>Wireframe</i> Halaman Kontak	72
Gambar 4. 24 <i>Wireframe</i> Halaman Profile	73
Gambar 4. 25 <i>Wireframe</i> Halaman Cara Pemesanan	74
Gambar 4. 26 <i>Wireframe</i> Halaman Cara Pembayaran	74
Gambar 4. 27 <i>Wireframe</i> Halaman Dashboard (Admin Konten)	75
Gambar 4. 28 <i>Wireframe</i> Halaman Jenis Produk (Admin Konten)	75
Gambar 4. 29 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Jenis Produk (Admin Konten)	76
Gambar 4. 30 <i>Wireframe</i> Halaman Edit Jenis Produk (Admin Konten)	76
Gambar 4. 31 <i>Wireframe</i> Halaman Detail Produk (Admin Konten)	77

Gambar 4. 32 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Detail Produk (Admin Konten)	77
Gambar 4. 33 <i>Wireframe</i> Halaman Edit Detail Produk (Admin Konten).....	78
Gambar 4. 34 <i>Wireframe</i> Halaman Data Barang Terjual (Admin Konten)	78
Gambar 4. 35 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Data Barang Terjual (Admin Konten)	79
Gambar 4. 36 <i>Wireframe</i> Halaman Ulasan (Admin Konten).....	79
Gambar 4. 37 <i>Wireframe</i> Halaman Edit Ulasan (Admin Konten).....	80
Gambar 4. 38 <i>Wireframe</i> Halaman Pesanan (Admin Approve).....	80
Gambar 4. 39 Navbar	81
Gambar 4. 40 <i>Footer</i>	81
Gambar 4. 41 <i>Button</i>	82
Gambar 4. 42 Card Produk.....	82
Gambar 4. 43 <i>Prototype</i> Halaman <i>Landing page/Home</i>	83
Gambar 4. 44 <i>Prototype</i> Halaman Daftar Akun.....	85
Gambar 4. 45 <i>Prototype</i> Halaman Login	85
Gambar 4. 46 <i>Prototype</i> Halaman Katalog Produk	86
Gambar 4. 47 <i>Prototype</i> Halaman Detail Produk	86
Gambar 4. 48 <i>Prototype</i> Halaman Keranjang	87
Gambar 4. 49 Halaman Form Pemesanan.....	88
Gambar 4. 50 <i>Prototype</i> Halaman Pembayaran.....	89
Gambar 4. 51 <i>Prototype</i> Halaman Pesanan Saya.....	90
Gambar 4. 52 <i>Prototype</i> Halaman Tentang Kami.....	91
Gambar 4. 53 <i>Prototype</i> Halaman Kontak Kami	92
Gambar 4. 54 <i>Prototype</i> Halaman Cara Pemesanan	93
Gambar 4. 55 <i>Prototype</i> Halaman Cara Pembayaran	93
Gambar 4. 56 <i>Prototype</i> Halaman Profile.....	94
Gambar 4. 57 <i>Prototype</i> Halaman Dashboard (Admin Konten).....	94
Gambar 4. 58 <i>Prototype</i> Halaman Jenis Produk (Admin Konten).....	95
Gambar 4. 59 <i>Prototype</i> Halaman Tambah Jenis Produk (Admin Konten)	95
Gambar 4. 60 <i>Prototype</i> Halaman Edit Data Jenis Produk (Admin Konten)	96
Gambar 4. 61 <i>Prototype</i> Halaman Detail Produk (Admin Konten).....	96
Gambar 4. 62 <i>Prototype</i> Halaman Tambah Detail Produk (Admin Konten).....	97
Gambar 4. 63 <i>Prototype</i> Halaman Edit Detail Produk (Admin Konten)	97
Gambar 4. 64 Halaman Barang Terjual (Admin Konten).....	98
Gambar 4. 65 <i>Prototype</i> Halaman Tambah Data Produk Terjual (Admin Konten)	98
Gambar 4. 66 <i>Prototype</i> Edit Produk Terjual (Admin Konten).....	99
Gambar 4. 67 <i>Prototype</i> Halaman Ulasan (Admin Konten)	99
Gambar 4. 68 <i>Prototype</i> Halaman Edit Ulasan (Admin Konten)	100
Gambar 4. 69 <i>Prototype</i> Halaman Dashboard (Admin Approve)	100
Gambar 4. 70 <i>Prototype</i> Halaman Pesanan (Admin Approve)	101
Gambar 4. 71 <i>Prototype</i> Halaman Kode Voucher (Admin Approve).....	101
Gambar 4. 72 <i>Prototype</i> Halaman Tambah Voucher (Admin Approve)	102

Gambar 4. 73 <i>Prototype</i> Halaman Edit Voucher (Admin <i>Approve</i>).....	102
Gambar 4. 74 Halaman Home Sebelum di Perbaiki	109
Gambar 4. 75 Halaman Home Setelah di Revisi.....	110
Gambar 4. 76 Halaman Tentang Sebelum di Perbaiki.....	111
Gambar 4. 77 Halaman Tentang Setelah di Perbaiki	111
Gambar 4. 78 Warna <i>Badges</i> Sebelum Diubah.....	122
Gambar 4. 79 Warna <i>Badges</i> Setelah Diubah.....	123
Gambar 4. 80 Penggunaan <i>Button</i> Sebelum Diubah.....	123
Gambar 4. 81 Warna <i>Button</i> Setelah Diubah	123
Gambar 4. 82 Rounded Pencarian Sebelum Diubah.....	124
Gambar 4. 83 Perubahan Rounded Setelah Diubah	124
Gambar 4. 84 Navbar Sebelum Diubah	124
Gambar 4. 85 Navbar Setelah Diubah.....	124
Gambar 4. 86 Hapus Produk Setelah Ditambah Konfirmasi	124
Gambar 4. 87 Visualisasi Rata-Rata Skala UEQ.....	144

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Wawancara dengan Pemilik UMKM Guyam Gayem.....	158
Lampiran 2. Lampiran Hasil Wawancara dengan Pelanggan Guyam Gayem....	166
Lampiran 3. Hasil Observasi Melalui <i>Website</i> dan Sosial Media.....	179
Lampiran 4. Data Responden	181
Lampiran 5. Data Penilaian UEQ.....	182
Lampiran 6. Data Penilaian SUS	183

DAFTAR PUSTAKA

- 9241-210, I. (2010). *Ergonomics of human-system interaction-Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Iso.
- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2023). Pemanfaatan website sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 381. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12150>
- Brooke, J. (1996). Sus: a “quick and dirty” usability. *Usability Evaluation in Industry*, 189(3), 189–194.
- Brooke, J. (2013). SUS: a retrospective. *Journal of Usability Studies*, 8(2), 29–40.
- Council, D. (n.d.). *Framework for Innovation*. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/>
- Don Norman, J. N. (n.d.). *The Definition of User Experience (UX)*. <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Ferreira, B., Silva, W., Oliveira, E., & Conte, T. (2015). Designing Personas with Empathy Map. *SEKE*, 152.
- Firamadhani, E. B., & Dermawan, D. A. (n.d.). *Rancang Ulang UI / UX aplikasi Prime Video menggunakan perbandingan metode User-centered Design , Design Sprint , dan Double Diamond*. 1–10.
- Guo, F. (2012). *More Than Usability: The Four Elements of User Experience, Part I*. <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php>
- Haryadi, T., Ihya'Ulumuddin, D. I., Prabowo, D. P., & Ihwan, A. M. (2022). Adaptasi Digital Marketing berbasis Website untuk Produk UMKM Fatikha

- Sweet Honey. *Jurnal Informatika Upgris*, 8(1).
- Haryono, S. (2018). Pengaruh penggunaan website terhadap penjualan produk pengusaha UMKM pada asosiasi industri kreatif Depok. *Sosio E-Kons*, 10(1), 39–46.
- Hertzum, M. (2022). *Usability testing: A practitioner's guide to evaluating the user experience*. Springer Nature.
- Hidayat, R. (2010). *Cara praktis membangun website gratis*. Elex Media Komputindo.
- Jaelani, D. A., Kastaman, R., & Pujiyanto, T. (2023). Pengaruh penggunaan model AISAS dalam meningkatkan minat beli produk p. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 1161–1176.
- Jauhari, M. T., & Prayudi, Y. (2023). Implementasi metode double diamond dalam perancangan prototipe aplikasi sistem erp berbasis website. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 5(1), 85–98. <https://doi.org/10.54783/jin.v5i1.699>
- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan AISAS dalam post instagram carousel sebagai strategi promosi pada museum ranggawarsita. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 79–89.
- Kim, H., & Niehm, L. S. (2009). The impact of website quality on information quality, value, and loyalty intentions in apparel retailing. *Journal of Interactive Marketing*, 23(3), 221–233.
- Koperasi, D. (2021). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kategori Usaha di Jawa Barat. *Open Data Jabar*.
- Kurniasari, A. F., & others. (2019). *Pengembangan front-end sistem informasi UIITagihan berbasis web menggunakan pendekatan user experience (UX)*. Universitas Islam Indonesia.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). *Management information systems: Managing the digital firm*. Pearson Educación.
- 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.
- Marzuki, M. F. M., Yaacob, N. A., & Yaacob, N. M. (2018). Translation, cross-cultural adaptation, and validation of the Malay version of the system usability scale questionnaire for the assessment of mobile apps. *JMIR Human Factors*, 5(2), e10308.
- Miaskiewicz, T., & Kozar, K. A. (2011). Personas and user-centered design: How can personas benefit product design processes? *Design Studies*, 32(5), 417–430. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.03.003>
- Nielsen, A. J. and J. (2019). *Teenager's UX: Designing for Teens*. March 17, 2019. <https://www.nngroup.com/articles/usability-of-websites-for-teenagers/>
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic books.
- Primatami, A., & Hidayati, N. (2019). Perkembangan usaha mikro kecil (UMK) di provinsi Jawa Barat tahun 2006--2016. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 203–212.
- Priswara, I., Sagirani, T., & Wahyuningtyas, N. (2021). Analisis dan perancangan user interface/user experience aplikasi mnc trade new menggunakan metode double diamond pada PT. mnc sekuritas. *Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer Akuntansi*, 10(4), 78–83.
- Priyantono, A. C., & Ardiansyah, F. (2020). Perancangan prototipe mobile user experience aplikasi peningkatan sumber daya desa menggunakan metode double diamond. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Agri-Informatika*, 7(2), 96–104.
- Puspitasari, A. N. (2013). *Pengaruh kualitas website terhadap nilai yang dipersepsikan, kepuasan dan loyalitas pelanggan pada online shop studi pada pelanggan toko sepatu wanita www. Iwearup. com*. Brawijaya University.
- Putra, N. E. N. (2023). *TA: Desain Perancangan User Interface dan User*

Experience pada Website PT Reka Entertainment dengan Model Double Diamond untuk Meningkatkan Kepuasan Pengguna. Universitas Dinamika.

Rachel. (2023). *Color Psychology in Design: How Colors Impact User Perception and Experience.* 2023-07-11. <https://en.eagle.cool/blog/post/how-color-psychology-impact-user-perception-experience>

Rahmawati, E. F., Ayuningtyas, A., Sagirani, T., & others. (2022). Penerapan metode double diamond pada desain user interface website: the implementation of the double diamond method on the design user interface website. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 11(1), 11–22.

Rajeshkumar, S., Omar, R., & Mahmud, M. (2013). Taxonomies of user experience (UX) evaluation methods. *2013 International Conference on Research and Innovation in Information Systems (Icriis)*, 533–538.

Sagirani, T., Septiawan, G. I., & Arifin, M. (2023). Pendekatan Double Diamond untuk Meningkatkan Ketertarikan Pengguna pada Portal Akademik. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 10(2), 228–240.

Schrepp, M. (2019). *User Experience Questionnaire Handbook.* URL: https://www.researchgate.net/publication/303880829_{_}User_{_}Experience_{_}Questionnaire_{_}Handbook_{_}Version_{_}2. (Accessed: 02.02. 2017), 1–15. www.ueq-online.org

Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2014). Applying the user experience questionnaire (UEQ) in different evaluation scenarios. *Design, User Experience, and Usability. Theories, Methods, and Tools for Designing the User Experience: Third International Conference, DUXU 2014, Held as Part of HCI International 2014, Heraklion, Crete, Greece, June 22-27, 2014, Proceedings, Part I 3*, 383–392.

Schrepp, M., Thomaschewski, J., & Hinderks, A. (2017). *Construction of a benchmark for the user experience questionnaire (UEQ).*

Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The dentsu way: Secrets of cross switch*

marketing from the world's most innovative advertising agency. McGraw Hill Professional.

Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008).

Usmanto, E. F. F. (2022). *Implementasi double diamond framework dalam perancangan UI/UX Aplikasi Biodiversity Information And Guidance System (BIGS) berbasis android (studi kasus : geopark belitong)*.

Wichansky, A. M. (2000). Usability testing in 2000 and beyond. *Ergonomics*, 43(7), 998–1006.

William, K. H., Syafikarani, A., & Ningrum, N. (2023). *PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK KRISNATEX KRISNATEX PRODUCT PROMOTION DESIGN*. 10(2), 3299–3311.