

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* UNTUK UMKM MOCHI BERKAH
TIGA SAUDARA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *GOAL-
DIRECTED DESIGN* DAN ANALISIS SWOT**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Bagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Komputer

Program Studi Ilmu Komputer



Oleh:

Azzahra Siti Hadjar

2100901

**PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER
FAKULTAS PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* UNTUK UMKM MOCHI BERKAH TIGA
SAUDARA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *GOAL-DIRECTED*
DESIGN DAN ANALISIS SWOT**

Oleh

Azzahra Siti Hadjar

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

©Azzahra Siti Hadjar 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

AZZAHRA SITI HADJAR

2100901

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* UNTUK UMKM MOCHI BERKAH TIGA
SAUDARA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *GOAL-DIRECTED
DESIGN* DAN ANALISIS SWOT**

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING:

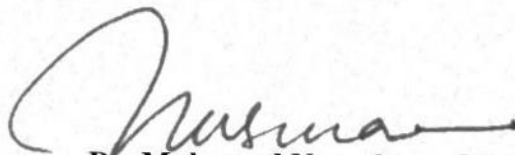
Pembimbing I,



Rosa Ariani Sukanto, M.T.

NIP. 198109182009122003

Pembimbing II,

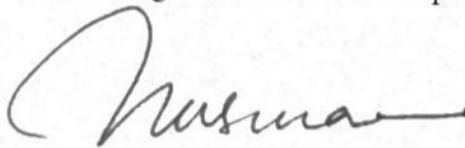


Dr. Muhamad Nursalman, M.T.

NIP. 197909292006041002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komputer



Dr. Muhamad Nursalman, M.T.

NIP. 197909292006041002

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan *Website* Untuk UMKM Mochi Berkah Tiga Saudara Dengan Menggunakan Metode *Goal-Directed Design* Dan Analisis SWOT” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya penulis sendiri. Penulis tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya penulis ini.

Bandung, 18 Juli 2025,

Yang Membuat Pernyataan,



Azzahra Siti Hadjar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan *Website* untuk UMKM Mochi Berkah Tiga Saudara dengan Menggunakan Metode *Goal-Directed Design* dan Analisis SWOT.” Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati membuka diri terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian ini di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri sebagai bahan pembelajaran dan pengalaman, maupun bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 18 Juli 2025,



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, berkah, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dalam proses pelaksanaan penelitian hingga penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak arahan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua, kakak, dan adik tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta menjadi sumber semangat utama penulis dalam menempuh pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Diri penulis sendiri, atas segala usaha, ketekunan, dan semangat yang terus dijaga dari awal perjalanan hingga mencapai tahap ini. Terima kasih telah terus berjuang dan berusaha memberikan yang terbaik untuk diri sendiri.
3. Ibu Rosa Ariani Sukanto, M.T., selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh dedikasi dan ketulusan telah membimbing dan memberikan banyak masukan, ilmu, motivasi, waktu, dan tenaga dari awal penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai.
4. Bapak Dr. Muhammad Nursalman, M.T., selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komputer, yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan serta memberikan banyak masukan, ilmu, motivasi, waktu, dan tenaga selama proses penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ani Anisyah, M.T., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada penulis selama masa studi di program studi Ilmu Komputer.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komputer yang telah berbagi ilmu, pengalaman, dan inspirasi yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
7. Ibu Adzhani selaku pemilik UMKM Mochi Berkah Tiga Saudara yang telah berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk menjadikan usahanya sebagai objek penelitian.

8. Sahabat-sahabat penulis Amida Zulfa Laila dan Anandita Kusumah Mulyadi, yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan daring hingga saat ini, serta Indah Resti Fauzi, Hestina Dwi Hartiwi, Qurrotu Aini, Cantika Putri Arbiliansyah, Khana YUSDiana, dan Elsa Nabiilah. Kebersamaan, dukungan, dan motivasi dari teman-teman telah memberikan semangat dan warna selama masa perkuliahan penulis.
9. Kepada teman-teman C1 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis.
10. Kepada Teh Adinda Salsabilla dan Teh Rahma Maulida yang senantiasa membantu dan membimbing penulis, baik dalam hal akademik maupun dalam proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan arahan yang diberikan sangat berarti bagi penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal jariyah, dibalas dengan pahala yang berlipat ganda, serta senantiasa memudahkan segala urusannya oleh Allah SWT.

Bandung, 18 Juli 2025,



Azzahra Siti Hadjar

PENGEMBANGAN *WEBSITE* UNTUK UMKM MOCHI BERKAH TIGA SAUDARA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *GOAL-DIRECTED DESIGN* DAN ANALISIS SWOT

Oleh

Azzahra Siti Hadjar – azzahrasth@upi.edu

2100901

ABSTRAK

UMKM Mochi BTS (Berkah Tiga Saudara) Sukabumi merupakan toko oleh-oleh mochi khas Kota Sukabumi yang berdiri sejak 2018. Dalam menjalankan pemasarannya, Mochi BTS Sukabumi awalnya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan kemudian mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta jasa *endorsement* melalui akun kuliner. Namun, strategi pemasaran tersebut masih memiliki keterbatasan dalam membangun merek yang kompetitif di tengah persaingan dengan merek mochi yang lebih dahulu dikenal. Oleh karena itu, pengembangan *website* akan dapat membantu Mochi BTS Sukabumi dalam membangun *personal branding*. Penelitian ini menggunakan metode *Goal-Directed Design* (GDD) untuk memastikan setiap elemen desain dan fitur pada *website* sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta dipadukan dengan analisis SWOT sebagai dasar untuk perumusan strategi *branding*. Proses validasi dilakukan dengan melibatkan ahli UX dan *marketing* untuk mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna dan efektivitas strategi *personal branding* yang dibangun pada *website*. Pengujian pengalaman pengguna terhadap *website* dilakukan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS). Hasil pengujian UEQ menunjukkan bahwa seluruh skala memperoleh penilaian dalam kategori “*Excellent*”. Sementara itu, pengujian SUS menghasilkan skor sebesar 84,9, yang termasuk dalam kategori “*Excellent*” dan tergolong “*Acceptable*”. Selain itu, dilakukan pula pengukuran efektivitas strategi *personal branding*, dengan hasil rata-rata Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 90,8%, yang termasuk ke dalam kategori “Sangat Baik”. Temuan ini menunjukkan bahwa *website* yang telah dikembangkan mampu memberikan pengalaman pengguna yang optimal serta mendukung UMKM Mochi BTS Sukabumi dalam membangun *personal branding* secara efektif.

Kata Kunci : Analisis SWOT, *GDD*, *Personal Branding*, *SUS*, *UEQ*, UMKM, *Website*

**WEBSITE DEVELOPMENT FOR MOCHI BERKAH TIGA
SAUDARA MSME USING GOAL-DIRECTED DESIGN
METHOD AND SWOT ANALYSIS**

By

Azzahra Siti Hadjar – azzahrasth@upi.edu

2100901

ABSTRACT

Mochi BTS (Berkah Tiga Saudara) is a micro, small, and medium enterprise (MSME) in Sukabumi that has been producing traditional mochi souvenirs since 2018. Initially, the business relied on word-of-mouth promotion, and later began using social media platforms like Instagram and Facebook, along with endorsement services from culinary content creators. However, these marketing strategies are still limited in enhancing the brand's competitiveness against more established mochi businesses. Therefore, website development is expected to support Mochi BTS Sukabumi in strengthening its personal branding. This study uses the Goal-Directed Design (GDD) method to ensure that each design element and website feature meets user needs, combined with a SWOT analysis as the foundation for formulating branding strategies. The validation process involved UX and marketing experts to assess the quality of user experience and the effectiveness of the personal branding strategy implemented through the website. User experience testing was conducted using the User Experience Questionnaire (UEQ) and the System Usability Scale (SUS). The UEQ results indicated that all dimensions were rated in the "Excellent" category. Meanwhile, the SUS test yielded a score of 84.9, which falls under the "Excellent" and "Acceptable" categories. Furthermore, the effectiveness of the personal branding strategy was measured using the Respondent Achievement Rate (TCR), which resulted in an average score of 90.8%, categorized as "Very Good." These findings demonstrate that the developed website provides an optimal user experience and effectively supports Mochi BTS Sukabumi in building its personal brand.

Keywords : SWOT Analysis, GDD, Personal Branding, SUS, UEQ, MSME, Website

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Peta Literatur	8
2.2. UMKM	8
2.2.1. Mochi Berkah Tiga Saudara	9
2.3. <i>Personal Branding</i>	9
2.4. <i>Website</i>	12
2.4.1. <i>Website Personal Branding</i>	12
2.5. <i>User Experience (UX)</i>	12
2.5.1. <i>UX Honeycomb</i>	13
2.6. <i>Usability Testing</i>	14
2.6.1. <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i>	15
2.6.2. <i>System Usability Scale (SUS)</i>	17
2.7. <i>Goal-Directed Design (GDD)</i>	20
2.7.1. <i>Research</i>	21

2.7.2.	<i>Modeling</i>	21
2.7.3.	<i>Requirement</i>	21
2.7.4.	<i>Framework</i>	22
2.7.5.	<i>Refinement</i>	22
2.7.6.	<i>Support</i>	23
2.8.	Analisis SWOT	23
2.8.1.	Analisis SWOT dalam <i>Personal Branding</i>	24
2.8.2.	Matriks SWOT	25
2.9.	Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Alat dan Bahan Penelitian	32
3.2.1.	Alat Penelitian	32
3.2.2.	Bahan Penelitian	33
3.3.	Metode Penelitian	33
3.3.1.	Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.2.	Pendekatan Metode Penelitian	34
3.4.	Metode Validasi Ahli	35
3.4.1.	Validasi Ahli <i>Marketing</i>	35
3.4.2.	Validasi Ahli UX	37
3.5.	Metode Pengujian Sistem	38
3.5.1.	Metode Pengujian Efektivitas Strategi <i>Personal Branding</i>	38
3.5.2.	Metode Pengujian <i>User Experience</i>	40
BAB IV HASIL PEMBAHASAN		43
4.1.	<i>Goal-Directed Design: Research</i>	43
4.1.1.	Wawancara	43
4.1.2.	Observasi	48
4.1.3.	Analisis SWOT	49
4.2.	<i>Goal-Directed Design: Modeling</i>	56
4.2.1.	<i>User Persona</i>	56
4.3.	<i>Goal-Directed Design: Requirements</i>	59

4.3.1.	Kebutuhan Pengguna	59
4.3.2.	Matriks Analisis SWOT	60
4.3.3.	Konteks Skenario	66
4.3.4.	<i>Functional & Data Requirement</i>	69
4.4.	<i>Goal-Directed Design: Framework</i>	73
4.4.1.	<i>Navigation Map</i>	73
4.4.2.	<i>Wireframe</i>	76
4.5.	<i>Goal-Directed Design: Refinement</i>	80
4.5.1.	<i>High-Fidelity Prototype</i>	80
4.6.	Implementasi Kode Program.....	102
4.7.	<i>Goal-Directed Design: Support</i>	103
4.7.1.	Validasi Pemilik Usaha	103
4.7.2.	Validasi Ahli <i>Marketing</i>	105
4.7.3.	Validasi Ahli UX	115
4.7.4.	Responden Pengujian	122
4.7.5.	Pengujian <i>Efektifitas Strategi Personal Branding</i>	122
4.7.6.	Pengujian UEQ	123
4.7.7.	Pengujian <i>SUS</i>	129
4.8.	Analisis Hubungan SWOT, GDD, TCR, UEQ, <i>SUS</i>	132
4.9.	Relevansi Analisis SWOT terhadap Produk UMKM Makanan Lain .	138
4.10.	Pembahasan Hasil Pengujian	141
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		146
5.1.	Kesimpulan	146
5.2.	Saran.....	150
DAFTAR PUSTAKA		151
LAMPIRAN		156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Literatur	8
Gambar 2.2 Diagram UX <i>Honeycomb</i> (Morville, 2004)	14
Gambar 2.3 Struktur Metode Pengukuran UEQ (Schrepp, 2015).	15
Gambar 2.4 Instrumen Pertanyaan UEQ dalam Bahasa Indonesia.....	17
Gambar 2.5 Ketentuan Penilaian Skor SUS (Brooke, 2013).	19
Gambar 2.6 Tahapan pada <i>Goal-Directed Design</i> (Cooper dkk., 2007).	20
Gambar 2.7 Matriks SWOT (Sianturi, 2020).....	25
Gambar 3.1 Desain Penelitian Bagian 1	28
Gambar 4. 1 <i>User Persona</i> Pemilik Usaha	57
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> Konsumen 1	57
Gambar 4.3 <i>User Persona</i> Konsumen 2	57
Gambar 4.4 <i>User Persona</i> Konsumen 3	58
Gambar 4.5 <i>Use Case Diagram</i>	69
Gambar 4.6 <i>Class Diagram</i>	73
Gambar 4.7 <i>Navigation Map Website</i> Pengguna	74
Gambar 4.8 <i>Navigaton Map Website</i> Admin Bagian 1	75
Gambar 4.9 <i>Navigation Map Website</i> Admin Bagian 2.....	75
Gambar 4.10 <i>Wireframe</i> halaman Beranda.....	77
Gambar 4.11 <i>Wireframe</i> halaman Tentang Kami	77
Gambar 4.12 <i>Wireframe</i> Halaman Detail Produk	78
Gambar 4.13 <i>Wireframe</i> Halaman Tabel Data.....	79
Gambar 4.14 <i>Wireframe</i> Halaman Formulir	79
Gambar 4.15 <i>Wireframe</i> Halaman Detail Data pada <i>Website Admin</i>	80
Gambar 4.16 <i>Design Guideline</i> Tipografi <i>Headline</i>	81
Gambar 4.17 <i>Design Guideline</i> Tipografi <i>Body</i>	81
Gambar 4.18 <i>Design Guideline Color</i>	81
Gambar 4.19 <i>High-Fidelity</i> Halaman Beranda	83
Gambar 4.20 <i>High-Fidelity</i> Halaman Tentang Kami.....	84
Gambar 4.21 <i>High-Fidelity</i> Halaman Produk	85
Gambar 4.22 <i>High-Fidelity</i> Halaman Detail Produk	86
Gambar 4.23 <i>High-Fidelity</i> Halaman <i>Dashboard</i>	90
Gambar 4.24 <i>High-Fidelity</i> Halaman Data Menu Mochi	91
Gambar 4.25 <i>High-Fidelity</i> Halaman Tambah Menu Mochi.....	91
Gambar 4.26 <i>High-Fidelity</i> Halaman Edit Data Menu Mochi.....	92
Gambar 4.27 merupakan halaman Detail Menu Mochi.	92
Gambar 4.28 Contoh Implementasi Kode Program.....	102
Gambar 4.29 Fitur <i>Pop Up</i> Gambar Pada Menu Produk	105
Gambar 4.30 <i>Card</i> Produk Sebelum Diubah	110
Gambar 4.31 <i>Card</i> Produk Setelah Diubah	110

Gambar 4.32 Bagian Halal Sebelum Diubah	110
Gambar 4.33 Bagian Halal Sesudah Diubah.....	111
Gambar 4.34 Perubahan Sejarah Kami	111
Gambar 4.35 Perubahan <i>Card</i> Testimoni.....	112
Gambar 4.36 Perbaikan <i>Input</i> alamat Pada Halaman <i>Checkout</i>	121
Gambar 4.37 Perbaikan Halaman Produk.....	121
Gambar 4.38 Perbaikan Halaman Keranjang (<i>Responsive Mobile</i>).....	122
Gambar 4.39 Visualisasi Distribusi Jawaban Pengujian UEQ Per Item.....	125
Gambar 4.40 Visualisasi Nilai Rata-Rata Pengujian UEQ Per Item	127
Gambar 4.41 Visualisasi Kesimpulan Hasil UEQ	128
Gambar 4.42 Visualisasi Hasil <i>Benchmark</i> Pengujian UEQ	129
Gambar 4.43 Hasil Kuadran SWOT	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Pertanyaan SUS (Sharfina & Santoso, 2016).....	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Instrumen Pengujian Validasi Strategi SWOT oleh Ahli <i>Marketing</i>	35
Tabel 3.2 Instrumen Pengujian Validasi <i>Branding</i> oleh Ahli <i>Marketing</i>	36
Tabel 3.3 Instrumen Pengujian Validasi Ahli UX	37
Tabel 3.4 Instrumen Pengujian Strategi <i>Personal Branding</i>	38
Tabel 3.5 Bobot Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 3.6 Klasifikasi Interval TCR	40
Tabel 4. 1 Pertanyaan Wawancara Konsumen.....	43
Tabel 4.2 Pertanyaan Wawancara Konsumen.....	46
Tabel 4.3 Analisis Pesaing	50
Tabel 4.4 Pemetaan Faktor SWOT	51
Tabel 4.5 Analisis SWOT	55
Tabel 4.6 Kebutuhan Pengguna <i>User</i>	59
Tabel 4.7 Kebutuhan Pengguna Admin	60
Tabel 4.8 Matriks Analisis SWOT	61
Tabel 4.9 Konteks Skenario <i>User</i>	66
Tabel 4.10 Konteks Skenario Admin	68
Tabel 4.11 Kebutuhan Fungsional <i>Website</i>	70
Tabel 4.12 Implementasi Konten dan Fitur <i>Website</i> Strategi SWOT	95
Tabel 4.13 Hasil Validasi <i>Website User</i> Oleh Pemilik Usaha	103
Tabel 4.14 Hasil Validasi <i>Website Admin</i> Oleh Pemilik Usaha.....	104
Tabel 4.15 Hasil Validasi Strategi SWOT oleh Ahli <i>Marketing</i>	105
Tabel 4.16 Hasil Validasi <i>Personal Branding</i> oleh Ahli <i>Marketing</i>	112
Tabel 4.17 Hasil Validasi Ahli UX	115
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan TCR Efektivitas Strategi <i>Personal Branding</i>	123
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Pengujian UEQ per <i>Item</i>	124
Tabel 4.20 Nilai Rata-Rata Pengujian UEQ Per Item.....	125
Tabel 4.21 Kesimpulan Hasil UEQ.....	128
Tabel 4.22 Hasil <i>Benchmark</i> Pengujian UEQ.....	128
Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Pengujian SUS	129
Tabel 4.24 Relevansi <i>Branding</i> SWOT, Tujuan Persona dan Hasil Pengujian ..	133
Tabel 4.25 Relevansi Kategori SWOT dan Produk UMKM Makanan Lain	139
Tabel 4.26 Evaluasi Efektivitas Strategi <i>Personal Branding</i>	143
Tabel 4.27 Temuan Hasil Pengujian	144

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Wawancara dengan Pemilik Usaha.....	156
Lampiran 2. Lembar Wawancara dengan Konsumen.....	158
Lampiran 3. Validasi Ahli UX 1	161
Lampiran 4. Validasi Ahli UX 2	164
Lampiran 5. Validasi Ahli <i>Marketing</i>	166
Lampiran 6. Data Responden Pengujian <i>Website</i>	172
Lampiran 7. Grafik Usia Responden.....	174
Lampiran 8. Skor Asli Penilaian UEQ.....	174
Lampiran 9. Skor Asli Penilaian SUS.....	177
Lampiran 10. Skor Asli Penilaian Efektivitas Strategi <i>Personal Branding</i>	178
Lampiran 11. Dokumentasi Observasi.....	180

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. A., Bahfiarti, T., & Fatimah, J. M. (2023). FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK PERSONAL BRANDING “INDO’BOTTING” DALAM MEDIA SOSIAL DI SULAWESI SELATAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(4), 770–782.
- Akram, A. (2024). Pengembangan aplikasi game edukasi Kosakata Bahasa Arab menggunakan metode Goal Directed Design (GDD)(studi kasus: Siswa Sekolah Dasar) [Fakultas Sains Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79692%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79692/1/ALIANDRA AKRAM-FST.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79692%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79692/1/ALIANDRA%0AKRAM-FST.pdf)
- Alexsander, Y. O. (2022). *TA: Analisis dan Desain Antarmuka pada Website UPT. Pemberdayaan Lembaga dan Ekonomi Kreatif Seni Wilwatikta untuk Media Branding dengan Menggunakan Metode Goals Directed Design*. Universitas Dinamika.
- Alfaen, Z., Sardi, I. L., & Adrian, M. (2022). Evaluation and Redesign of Telkom University’s Open Library Website Interface Using the Goal Directed Design (GDD) Method. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(2), 768–776.
- Alkindi, M. M., & others. (2022). *Perancangan desain user interface aplikasi mobile rs syarif hidayatullah menggunakan metode goal directed design (gdd) dan usability testing*. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ardiana, S., Fajriah, N., Juhairiah, J., & others. (2023). Development of Teaching Module Using the Problem-Based Learning Model Based on Wadai Banjar Ethnomathematics in the Topic of Linear Equation. *Jurnal Gantang*, 8(1), 85–98.
- Arjiansa, R. R., & Sutabri, T. (2023). Pengukuran Tingkat Kemudahan Pegawai Terhadap Penggunaan Layanan Aplikasi SIMRS Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) Pada Rumah Sakit Umum Daerah Sekayu. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(2), 115–120.
- Bangor, A., Kortum, P. T., & Miller, J. T. (2008). An empirical evaluation of the system usability scale. *Intl. Journal of Human--Computer Interaction*, 24(6), 574–594.
- Brooke, J. (2013). SUS: a retrospective. *Journal of Usability Studies*, 8(2).
- Candana, D. M., & Afuan, M. (2019). analisis strategi pemasaran Cafe dapoer enha sago kabupaten pesisir selatan menggunakan matriks swot dan qspm. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 151–162.
- Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2007). *About face 3: the essentials of interaction design*. John Wiley & Sons.
- Costaner, L., & others. (2023). Exploring Research and Service Information System Usability by Heuristic Evaluation as a Compelement of System Usability Scale. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(12), 11045–11052.
- Darmanto, A. (2021). Pengaruh kualitas website dan promosi penjualan terhadap minat beli di bukalapak. com. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1),

20–33.

- Duan, H., Wang, Z., Ji, Y., Ma, L., Liu, F., Chi, M., Deng, N., & An, J. (2020). Using goal-directed design to create a mobile health app to improve patient compliance with hypertension self-management: development and deployment. *JMIR MHealth and UHealth*, 8(2), e14466.
- Elda, F. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial, Seminar Nasional Pakar Ke 1. 2018, 15–20.
- Ependi, U., Putra, A., & Panjaitan, F. (2019). Evaluasi tingkat kebergunaan aplikasi administrasi penduduk menggunakan teknik system usability scale. *Register*, 5(1), 63–76.
- Fadilah, F. R., & Setiadi, T. (2025). Strategi Personal Branding Budiono Sukses sebagai Food Vlogger dalam Memperkuat Brand Image (Studi Kasus pada Akun YouTube Budiono Sukses). *The commercium*, 9(1), 157–166.
- Farnesia, L. (2023). *Usulan Strategi Bisnis untuk Hotel dalam Meningkatkan Tingkat Hunian (Studi Kasus: The Luxton Hotel Bandung)*.
- Fore, D., Goldenhar, L. M., Margolis, P. A., Seid, M., & others. (2013). Using goal-directed design to create a novel system for improving chronic illness care. *JMIR Research Protocols*, 2(2), e2749.
- Hagenbuch, D. (2017). The three C's of personal branding. *Marketing News*, 51(6), 52–53.
- Hasanah, M. (2020). *Show Yourself: Perlunya Personal Branding di Era Digital*. <https://rsjd-surakarta.jatengprov.go.id/show-yourself-perlunya-personal-branding-di-era-digital-oleh-miratul-hasanah-s-psi-psi/>
- Hastuti, P., Pratama, R. A., & Sakkinah, I. S. (2024). ANALISIS DAN EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA AMetative HLE DENGAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 13(2), 32–42.
- Iso, W. (1998). 9241-11. Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs). *The International Organization for Standardization*, 45(9).
- KADIN. (2025). *Data dan Statistik UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kanaya, S. (2024). *PENGEMBANGAN USER EXPERIENCE WEBSITE E-MARKETING DENGAN METODE EMOTIONAL MARKETING DAN GOAL-DIRECTED DESIGN: Studi Kasus Cokelat Cantique*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Khasanah, S., & Sutabri, T. (2023). Faktor-Faktor Tampilan Ui/Ux Yang Mempengaruhi Psikologis Manusia. *Sainteks: Jurnal Sain Dan Teknik*, 5(2), 28–33.
- Kirilova, S. (2017). *Key components for successful personal branding online*.
- Kumpanan. (2024). *3 Toko Mochi di Sukabumi yang Terkenal*. <https://kumpanan.com/seputar-bandung/3-toko-mochi-di-sukabumi-yang-terkenal-23wAoulKIDQ>
- Kurniawan, E., Nofriadi, N., & Nata, A. (2022). Penerapan System Usability Scale (Sus) Dalam Pengukuran Kebergunaan Website Program Studi Di Stmik Royal. *Journal of Science and Social Research*, 5(1), 43–49.
- Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., & Fa'ah, Y. S. (2023). PELATIHAN PERSONAL BRANDING DAN DIGITAL LITERACY BAGI PELAKU

- UMKM DI KOTA KUPANG. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1399–1406.
- Kusuma, W., Rokhmawati, R. I., & Ananta, M. T. (2019). Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Learning dengan menggunakan UX Honeycomb. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 5756–5764.
- Limanseto, H. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., Mustofa, M., Rohimah, T., & Yanuar, R. (2022). Pengembangan umkm melalui optimalisasi branding dan penggunaan media digital di desa sindangbarang, kabupaten cilacap. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 4(1), 70–84.
- Marbun, R. R., Al Mufied, F., & Fauzi, R. (2022). Perancangan User Interface/User Experience (Ui/Ux) Website Helpmeong Untuk Shelter Menggunakan Metode Goal-Directed Design. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 7(4), 1096–1109.
- Maulana, Y., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2019). Evaluasi dan perbaikan rancangan antarmuka pengguna situs web Jawa Timur park group menggunakan metode goal-directed design (GDD). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(4), 3374–3382.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha \& Oprah*. Peter Montoya.
- Morville, P. (2004). *User Experience Design*. http://semanticstudios.com/user_experience_design/
- Nazir, D. S., Virginia, G., Restyandito, R., Filiana, A., & Prabawati, A. G. (2021). Pembangunan Dashboard untuk Mendukung Analisis Kartu Rencana Studi dan Kartu Hasil Studi Mahasiswa. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 7(1).
- Pangestu, K. K., Suryanto, T. L. M., & Pratama, A. (2023). User Experience Questionnaire (UEQ) Sebagai Metode Pengukuran Evaluasi Pengalaman Pengguna Virtual Campus Tour Universitas Pembangunan Nasional (UPN). *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 7(2), 442–451.
- Pasaribu, R. D., Pertiwi, A. N., & Sugiharto, Z. I. (2022). Strategi Bisnis dan Program Fungsional pada Usaha Roti dengan Pendekatan Analisis dan Matriks SWOT. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, \& Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1450–1465.
- Prasojo, V. S., Sabariah, M. K., & Jatmiko, D. D. (2015). Rekomendasi User Interface Menggunakan Metode Goal Directed Design pada Website PPDU Telkom University. *EProceedings of Engineering*, 2(3).
- Pribadi, S. A., Rokhmawati, R. I., & Brata, K. C. (2019). Perancangan User Experience Situs Web Tanoto Scholars Association Brawijaya Malang Menggunakan Metode Goal-Directed Design (GDD). *Jurnal Pengembangan*

- Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7583–7593.
- Puteri, S. F. S. (2025). Pengembangan Konten Instagram Stechoq Academy sebagai Media Promosi. *BARIK*, 7(1), 16–27.
- Putri, V. M., Aknuranda, I., & Az-Zahra, H. M. (2020). Desain Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Pengelolaan Penyimpanan Bukti Fisik Penilaian Akreditasi Sekolah Menggunakan Goal Directed Design (Studi Kasus: Sekolah Menengah Pertama Islam Sabilurrosyad Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(7), 2092–2100.
- Ramadhoni, A., & Fadilah, E. (2023). PENGEMBANGAN UI/UX MENGGUNAKAN METODE GOAL DIRECTED DESIGN PADA APLIKASI PEMBUKAAN REKENING DIGITAL SAVING BRI. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains*, 1(1), 122–133.
- Rampersad, H. K. (2008). A new blueprint for powerful and authentic personal branding. *Performance Improvement*, 47(6), 34–37.
- Riwu, Y. F. (2021). *PENGARUH INOVASI TERBUKA TERHADAP KINERJA UMKM DAN PERAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI*. Universitas Gadjah Mada.
- Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). Handbook of Usability Testing Second Edition How to Plan. *Design, and Conduct Effective Test*, 12–14.
- Samudra, Y., & others. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan Sistem CRM, Cash Flow, Dan Management Stock Inventory Pada Aplikasi Krealogi. *LOGIC: Jurnal Ilmu Komputer Dan Pendidikan*, 1(5), 1283–1296.
- Schrepp, M. (2015). User experience questionnaire handbook. *All You Need to Know to Apply the UEQ Successfully in Your Project*, 10.
- Setiawansyah, S., Adrian, Q. J., & Devija, R. N. (2021). Penerapan Sistem Informasi Administrasi Perpustakaan Menggunakan Model Desain User Experience. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 11(1), 24–36.
- Sharfina, Z., & Santoso, H. B. (2016). An Indonesian adaptation of the system usability scale (SUS). *2016 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)*, 145–148.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.
- Sukendar, M. U., & Susena, E. (2022). User Interface Website as a Digital Personal Branding. *International Journal of Computer and Information System (IJCIS)*, 3(3), 137–141.
- Supriyono, N. D., Aziz, A., & Harianto, W. (2019). Analisis User Interface Dan User Experience Pada Game Perang Komando Menggunakan Metode Heuristic Evaluation. *Semnas SENASTEK Unikama 2019*, 2.
- Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2021). Enhancing brand image in the digital era: Evidence from small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 314–340.
- Tobing, J. O. L., Tan, R., & others. (2023). Perancangan dan Pengimplementasian Desain Aplikasi Proyek Akhir Program SIB Dicoding. *Jurnal STRATEGI-Jurnal Maranatha*, 5(1), 100–109.
- UEQ Team. (2024). *User Experience Questionnaire*. <https://www.ueq-online.org/>
- Utami, D. G., Nurachmah, A. A., Syam, S., Fahdini, N., Kusuma, R. D., & others.

- (2023). PENINGKATAN PERSONAL BRANDING MELALUI OPTIMASI PEMASARAN DIGITAL “FALAH MAKE UP ARTIS.” *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 9(3), 796–804.
- Utomo, P., & others. (2020). Pendekatan Object Oriented UX pada Perancangan Aplikasi Manajemen Order. *Prosiding SISFOTEK*, 4(1), 230–235.
- Virtanen, J. (2019). *How to create a flourishing business: a personal brand and a business model for a visual artist*.
- Wijaya, K. (2021). Implementasi Metode Ucd (User Centered Design) pada Rancang Bangun Sistem Informasi Perpustakaan (Studi Kasus Smk Negeri 1 Gelumbang). *Jurnal Fasilkom*, 11(2), 52–56.
- Windiarto, F. R. (2022). *Analisis pengaruh disiplin kerja, motivasi dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT Fortino Interior Semarang*. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.111.15.0153/B.111.15.0153-06-BAB-III-20190217123319.pdf>
- Yulianto, A. (2019). Evaluasi Usability Pengembangan Website Desa Wisata Bejiharjo Gunung Kidul Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 2(2), 97–107.
- Yumni, S. Z. (2024). *5 Rekomendasi Kue Mochi Kota Sukabumi, Legit dan Legendaris!* <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/rekomendasi-kue-mochi-kota-sukabumi-c1c2-01-l8yxb-snjmyr>
- Yuningsih, E., Sudarijati, S., Yulianingsih, Y., & Egi, E. (2022). The Tourism Product Distinctive Approach in Increasing Visitor Loyalty to Tourist Destinations. *Indonesian Journal of Tourism and Hospitality Management (WAKATOBI)*, 1(1), 33–44.
- Zhafran, A., & Nazhmi, M. N. (2024). Analisis Pengalaman Pengguna Terhadap Website Perpustakaan Sutardji Calzoum Bachri SMA Islam As-shofa Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ): User Experience Analysis of the Sutardji Calzoum Bachri Library Website at As-Shofa Islamic High S. *Indonesian Journal of Informatic Research and Software Engineering (IJIRSE)*, 4(2), 169–176.