

**PENGEMBANGAN WEBSITE PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
LEAN UX DAN STRATEGI INTERACTIVE MARKETING
(STUDI KASUS: ALEEYAH DAILY)**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar
Sarjana Komputer Program Studi Ilmu Komputer



Oleh:

Koes Safira Amanidyansari

1801411

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

**PENGEMBANGAN WEBSITE PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
LEAN UX DAN STRATEGI INTERACTIVE MARKETING
(STUDI KASUS: ALEEYAH DAILY)**

Oleh

Koes Safira Amanidyansari

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

© Koes Safira Amanidyansari 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

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

LEMBAR PENGESAHAN
PENGEMBANGAN WEBSITE PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
LEAN UX DAN STRATEGI INTERACTIVE MARKETING
(STUDI KASUS: ALEEYAH DAILY)

Oleh

Koes Safira Amanidyansari

1801411

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Rosa Ariani Sukamto, M.T.

NIP. 198109182009122003

Pembimbing II,



Dr. Muhammad Nursalman, M.T.

NIP. 1979092920060410

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komputer



Dr. Muhammad Nursalman, M.T.

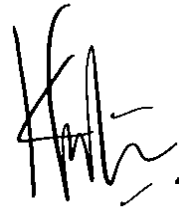
NIP. 1979092920060410

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan *Website* Promosi Dengan Menggunakan Lean UX Dan Strategi *Interactive Marketing* (Studi Kasus: Aleeyah Daily)” 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, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Koes Safira Amanidyansari

NIM 1801411

**PENGEMBANGAN WEBSITE PROMOSI DENGAN MENGGUNAKAN
LEAN UX DAN STRATEGI INTERACTIVE MARKETING
(STUDI KASUS: ALEEYAH DAILY)**

Oleh

Koes Safira Amanidyansari

ksafira@upi.edu

1801196

ABSTRAK

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia meningkat secara pesat dengan ditandai naiknya transaksi *e-commerce* dalam lima tahun terakhir. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan fenomena ini sebagai sarana promosi dan jual-beli. Namun Aleeyah Daily, salah satu UMKM yang lahir di tengah masa pandemi COVID-19, mengalami penurunan penjualan akibat turunnya intensitas promosi pada media sosialnya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukanlah penelitian ini guna mengembangkan sebuah *website* promosi dengan menggunakan pendekatan Lean UX dan strategi *interactive marketing* yang bertujuan sebagai wadah baru untuk mempromosikan produk dan merek dari Aleeyah Daily. Penggunaan Lean UX diintegrasikan ke model *prototyping* pada proses pengembangan *website* promosi agar pengembangan tetap berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna, juga menambahkan strategi *interactive marketing* di dalamnya. Hasil pengujian menunjukkan skor *system usability scale* (SUS) dari *usability testing* sebesar 90 untuk halaman pengguna dan 94 untuk halaman admin yang keduanya termasuk kategori A+. Hasil *benchmark user experience questionnaire* (UEQ) menunjukkan skor pada dimensi *attractiveness* sebesar 2.03, *perspicuity* sebesar 1.94, *efficiency* sebesar 1.75, *dependability* sebesar 1,86, *stimulation* sebesar 1.95, dan *novelty* sebesar 1.73. Sedangkan nilai *customer response index* (CRI) menunjukkan tingkat respons sebesar 57,5%. Dengan demikian, metode Lean UX dan strategi *interactive marketing* telah diimplementasikan ke dalam *website* promosi Aleeyah Daily dengan baik.

Kata kunci: *interactive marketing*, Lean UX, UMKM, *usability testing*, *user experience*.

**DEVELOPMENT OF A PROMOTIONAL WEBSITE USING LEAN UX AND
INTERACTIVE MARKETING STRATEGY
(CASE STUDY: ALEEYAH DAILY)**

Arranged by

Koes Safira Amanidyansari

ksafira@upi.edu

1801196

ABSTRACT

E-commerce growth in Indonesia has increased significantly, marked by the rise in online transaction values over the past five years. This creates a major opportunity for MSMEs to utilize the phenomenon as a platform for promotion and sales. However, Aleeyah Daily, an MSME established during the COVID-19 pandemic, has experienced a decline in sales due to reduced promotional activity on its social media platforms. To address this issue, this study aims to develop a promotional website using the Lean UX approach and an Interactive Marketing strategy as an alternative platform to promote Aleeyah Daily's products and brand. The Lean UX method was integrated into the prototyping model to ensure the development process stays focused on user needs and experience, while also incorporating interactive marketing strategies into the website features. Usability testing results showed a System Usability Scale (SUS) score of 90 for the user page and 94 for the admin page, both categorized as A+. Benchmark results from the User Experience Questionnaire (UEQ) indicated scores of 2.03 for attractiveness, 1.94 for perspicuity, 1.75 for efficiency, 1.86 for dependability, 1.95 for stimulation, and 1.73 for novelty. Meanwhile, the Customer Response Index (CRI) showed a response level of 57.5%. These findings indicate that Lean UX and interactive marketing strategies have been successfully implemented on Aleeyah Daily's promotional website.

Keywords: interactive marketing, Lean UX, MSMEs, usability testing, user experience.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya atas selesainya skripsi berjudul “Pengembangan *Website* Promosi dengan Menggunakan Lean UX dan Strategi *Interactive Marketing* (Studi Kasus: Aleeyah Daily)”.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi dan bermanfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bandung, Agustus 2025



Koes Safira Amanidyansari

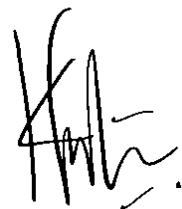
UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini. Dalam proses menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bimbingan, dorongan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Malikus Sofidyandito dan Ibu Devi Nurmalasari Soebandi P., yang senantiasa selalu mendoakan, memberi dukungan, motivasi, serta menjadi penyemangat utama penulis dalam menempuh pendidikan tinggi dan selama proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Rosa Ariani Sukamto, M.T. selaku pembimbing I atas segala waktu dan tenaga yang dicurahkan untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Muhammad Nursalman, M.T. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Pendidikan Indonesia dan pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Munir, M. IT, selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
5. Segenap dosen dari Prodi Ilmu Komputer dan Pendidikan Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan sehingga dapat menjadi dasar dari penulisan skripsi ini.
6. Adik-adik dari penulis, Malikus S. Nurfaza dan Malikus S. Nurfikri, yang selalu mendoakan dan menyemangati penulis.
7. Nenek penulis, Ibu Siti Sofiah, juga paman, bibi, sepupu serta keluarga besar penulis, yang selalu turut memberikan dukungan dan doa atas kelancaran penyusunan skripsi ini.

8. Pemilik dari Aleeyah Daily, Shafa Alya R., yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Aleeyah Daily sebagai studi kasus atas penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan penulis, Non Alyya Y.H., Andinira Rizki S., Eva Nurkhofifah, Fina Royana, Rully Nurul H., Puput Yuniar M., Sondari Setia R., juga teman-teman dari Departemen Pendidikan Ilmu Komputer FPMIPA UPI terutama dari Ilmu Komputer C 2018, yang selalu saling menyemangati, memberikan pandangan, juga bantuan atas permasalahan yang peneliti hadapi selama dalam kegiatan perkuliahan.
10. Sahabat penulis, Shafa Alya R., Annisa S. Andira, Tantry Elma A., Alvira Adya I., Mitha Millenia, Andini Indar P., Timothy V. Tambunan, Diana Putri R., Riza A. Saputri, Sabrina Nurul A., juga teman-teman lain, yang turut menyemangati, mendoakan serta menjadi tempat bercerita penulis selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
11. Annisa S. Andira dan A. Intan Sri Mulyati S., yang telah bersedia membantu penelitian dan penyusunan skripsi sebagai narasumber ahli untuk memvalidasi produk akhir skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan inspirasi dalam proses penulisan skripsi ini. Setiap kontribusi, baik besar maupun kecil, sangat berarti bagi penulis.

Bandung, Agustus 2025



Koes Safira Amanidyansari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. 1. Latar Belakang	1
1. 2. Rumusan Masalah.....	4
1. 3. Tujuan Penelitian	5
1. 4. Batasan Masalah	5
1. 5. Manfaat Penelitian	5
1. 6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Peta Literatur	9
2.2. Website.....	9
2.3. User Experience (UX).....	10
2.4. Lean UX.....	13
2.5. <i>Digital Marketing</i>	16
2.6. <i>Interactive Marketing</i>	19
2.7. <i>System Development Life Cycle (SDLC)</i>	21
2.8. <i>Model Prototyping</i>	22
2.9. <i>Usability Testing</i>	24

2.10.	<i>System Usability Scale (SUS)</i>	26
2.11.	<i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i>	27
2.12.	<i>Customer Response Index (CRI)</i>	29
2.13.	Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1.	Desain Penelitian	34
3.2.	Alat dan Bahan Penelitian.....	37
3.2.1.	Alat Penelitian.....	37
3.2.2.	Bahan Penelitian.....	38
3.3.	Teknik Pengujian Sistem	38
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1.	Pengumpulan Data.....	45
4.2.	<i>Declaration Assumption</i>	48
4.3.	<i>Create an MVP</i>	56
4.4.	<i>Run An Experiment</i>	105
4.5.	<i>Feedback and Research</i>	116
4.6.	Pembahasan	142
BAB V PENUTUP.....		147
5.1.	Kesimpulan	147
5.2.	Saran	148
DAFTAR PUSTAKA		150
LAMPIRAN.....		154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia rentang Tahun 2019-2024 (Pusat Data Kontan, 2025)	1
Gambar 2. 1 Peta Literatur Penelitian	9
Gambar 2. 2 <i>The Five Planes of UX Design</i> (Garrett, 2011)	11
Gambar 2. 3 Tahapan Lean UX (Gothelf & Seiden, 2014)	14
Gambar 2. 4 Perbedaan <i>Traditional Marketing</i> dengan <i>Digital Marketing</i> dari sisi interaktivitas (Chaffey & Ellish-Chadwick, 2022)	17
Gambar 2. 5 Visualisasi dari Individualisasi <i>Digital Marketing</i> (Chaffey & Ellish- Chadwick, 2022)	17
Gambar 2. 6 Visualisasi dari integrasi <i>Digital Marketing</i> (Chaffey & Ellish- Chadwick, 2022)	18
Gambar 2. 7 Model Prototyping (Pressman & Maxim, 2020).....	23
Gambar 2. 8 Penilaian <i>System Usability Scale</i> (SUS) (Sauro, 2018)	27
Gambar 2. 9 Format Kuesioner <i>User Experience Questionnaire</i> (UEQ) (Hinderks et al., 2018).....	29
Gambar 2. 10 Model <i>Customer Response Index</i> (CRI) (Elvetta et al., 2018).....	30
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Proto-Persona Pemilik Aleeyah Daily.....	50
Gambar 4. 2 Proto-persona Pengguna 1	51
Gambar 4. 3 Proto-persona Pengguna 2.....	51
Gambar 4. 4 Proto-persona Pengguna 3.....	52
Gambar 4. 5 Proto-persona Pengguna 4.....	52
Gambar 4. 6 <i>Navigation Map</i> untuk Sisi Pengguna.....	57
Gambar 4. 7 <i>Navigation Map</i> untuk Sisi Admin	58
Gambar 4. 8 <i>Wireframe Navigation Bar</i>	58
Gambar 4. 9 <i>Wireframe Footer</i>	59
Gambar 4. 10 <i>Wireframe Landing Page</i> (Halaman Beranda).....	60
Gambar 4. 11 <i>Wireframe</i> Halaman Koleksi.....	62
Gambar 4. 12 <i>Wireframe</i> Halaman Detail Produk	63
Gambar 4. 13 <i>Wireframe</i> Halaman Blog.....	65
Gambar 4. 14 <i>Wireframe</i> Halaman Artikel Blog	66

Gambar 4. 15 <i>Wireframe</i> Halaman Testimoni	67
Gambar 4. 16 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Testimoni	68
Gambar 4. 17 <i>Wireframe</i> Klaim <i>Voucher</i> Tambah Testimoni	69
Gambar 4. 18 <i>Wireframe</i> Halaman Tentang	70
Gambar 4. 19 <i>Wireframe</i> Halaman Fitur <i>Mix&Match (Wardrobe Simulation)</i>	71
Gambar 4. 20 <i>Wireframe</i> Klaim <i>Voucher</i> Fitur <i>Mix&Match (Wardrobe Simulation)</i>	72
Gambar 4. 21 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Login Admin</i>	74
Gambar 4. 22 <i>Wireframe</i> <i>Navigation Bar Admin</i>	74
Gambar 4. 23 <i>Wireframe</i> Halaman <i>Dashboard Admin</i>	75
Gambar 4. 24 <i>Wireframe</i> Halaman Tabel Koleksi.....	76
Gambar 4. 25 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Produk.....	77
Gambar 4. 26 <i>Wireframe</i> Halaman Edit Produk	78
Gambar 4. 27 <i>Wireframe</i> Halaman Tabel Blog	79
Gambar 4. 28 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Artikel.....	80
Gambar 4. 29 <i>Wireframe</i> Halaman Edit Artikel	81
Gambar 4. 30 <i>Wireframe</i> Halaman Tabel Testimoni	82
Gambar 4. 31 <i>Wireframe</i> Halaman Tabel Admin	83
Gambar 4. 32 <i>Wireframe</i> Halaman Tambah Admin	84
Gambar 4. 33 <i>Wireframe</i> Halaman Edit Admin.....	85
Gambar 4. 34 <i>Wireframe</i> Halaman Tabel <i>Wardrobe Simulation (Rekap Fitur Mix&Match)</i>	86
Gambar 4. 35 Palet Warna <i>Website Promosi Aleeyah Daily</i>	87
Gambar 4. 36 Fon <i>Website Promosi Aleeyah Daily</i>	87
Gambar 4. 37 Contoh Komponen <i>Button</i> pada <i>Website Promosi Aleeyah Daily</i> .	88
Gambar 4. 38 Logo Aleeyah Daily	88
Gambar 4. 39 Prototipe Halaman <i>Landing Page (Beranda)</i>	89
Gambar 4. 40 Prototipe Halaman Koleksi	90
Gambar 4. 41 Prototipe Halaman Detail Produk	91
Gambar 4. 42 Prototipe Halaman Blog.....	92
Gambar 4. 43 Prototipe Halaman Artikel Blog.....	93
Gambar 4. 44 Prototipe Halaman Testimoni	94

Gambar 4. 45 Prototipe Halaman Tambah Testimoni	95
Gambar 4. 46 Prototipe Klaim <i>Voucher</i> Tambah Testimoni	95
Gambar 4. 47 Prototipe Halaman Tentang.....	96
Gambar 4. 48 Prototipe Halaman Fitur <i>Mix&Match (Wardrobe Simulation)</i>	97
Gambar 4. 49 Prototipe Klaim <i>Voucher</i> Fitur <i>Mix&Match (Wardrobe Simulation)</i>	97
Gambar 4. 50 Prototipe Halaman <i>Login Admin</i>	98
Gambar 4. 51 Prototipe Halaman <i>Dashboard Admin</i>	98
Gambar 4. 52 Prototipe Halaman Tabel Koleksi	99
Gambar 4. 53 Prototipe Hapus Produk pada Halaman Tabel Koleksi.....	99
Gambar 4. 55 Prototipe Halaman Tambah Produk	100
Gambar 4. 56 Prototipe Halaman Edit Produk	100
Gambar 4. 57 Prototipe Halaman Tabel Blog.....	101
Gambar 4. 58 Prototipe Halaman Tambah Artikel Blog.....	101
Gambar 4. 59 Prototipe Halaman Tambah Artikel Blog.....	102
Gambar 4. 60 Prototipe Halaman Tabel Testimoni	102
Gambar 4. 61 Prototipe Halaman Tabel Admin.....	103
Gambar 4. 62 Prototipe Halaman Tambah Admin.....	103
Gambar 4. 63 Prototipe Halaman Edit Admin	104
Gambar 4. 64 Prototipe Halaman Tabel <i>Wardrobe Simulation</i> (Rekap Fitur <i>Mix&Match</i>)	104
Gambar 4. 65 Tampilan <i>Landing Page Website</i> Promosi Aleeyah Daily Setelah <i>Hosting</i>	105
Gambar 4. 66 Artikel Blog Cara Pemesanan Produk Aleeyah Daily Berdasarkan Hasil Validasi <i>Marketing</i>	107
Gambar 4. 67 Penambahan <i>Button</i> “Cara Pesan” pada Bagian <i>Footer</i>	107
Gambar 4. 68 Grafik Hasil Analisis <i>Benchmark UEQ Ahli User Experience</i>	108
Gambar 4. 69 Halaman Koleksi Produk Sebelum Perbaikan	111
Gambar 4. 70 Halaman Koleksi Produk Setelah Perbaikan.....	111
Gambar 4. 71 Halaman Detail Produk Sebelum Perbaikan	112
Gambar 4. 72 Halaman Detail Produk Setelah Perbaikan	112
Gambar 4. 73 Halaman Edit Produk Sebelum Perbaikan	113

Gambar 4. 74 Halaman Edit Produk Setelah Perbaikan	114
Gambar 4. 75 Tampilan <i>Snackbar</i> Setelah Perbaikan.....	115
Gambar 4. 76 Grafik Hasil Analisis <i>Benchmark</i> UEQ Ahli <i>User Experience</i> Setelah Perbaikan	115
Gambar 4. 77 Demografi Umur Responden UEQ	129
Gambar 4. 78 Demografi Pekerjaan Responden UEQ.....	129
Gambar 4. 79 Demografi Perangkat Elektronik yang Digunakan Responden UEQ untuk Melakukan Pengujian UEQ	130
Gambar 4. 80 Diagram Hasil Skala UEQ Responden.....	132
Gambar 4. 81 Grafik Hasil Analisis <i>Benchmark</i> UEQ Responden.....	133
Gambar 4. 82 Grafik Hasil CRI Responden	142

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan <i>Interactive Marketing Tools</i> (Moes et al., 2023)	20
Tabel 2. 2 Pernyataan <i>System Usability Scale</i> (SUS) (Lewis & Sauro, 2018).....	27
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Skala Penilaian SUS (Lewis & Sauro, 2018).....	39
Tabel 3. 2 Skenario <i>Usability Testing</i> halaman Pengguna.....	39
Tabel 3. 3 Skenario <i>Usability Testing</i> halaman Admin	40
Tabel 3. 4 Pernyataan <i>System Usability Scale</i> (SUS)	42
Tabel 3. 5 Pernyataan <i>Customer Response Index</i> (CRI)	44
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Aleeyah Daily	45
Tabel 4. 2 Daftar Asumsi	49
Tabel 4. 3 Daftar Hipotesis	49
Tabel 4. 4 Daftar Fitur.....	53
Tabel 4. 5 Daftar Fitur Implementasi Strategi <i>Interactive Marketing</i>	55
Tabel 4. 6 Profil Ahli <i>Marketing</i>	106
Tabel 4. 7 Hasil Validasi <i>Marketing</i> dengan Ahli.....	106
Tabel 4. 8 Profil Ahli <i>User Experience</i>	107
Tabel 4. 9 Hasil UEQ Ahli <i>User Experience</i>	108
Tabel 4. 10 Hasil Analisis <i>Benchmark</i> UEQ Ahli <i>User Experience</i>	108
Tabel 4. 11 Saran Perbaikan dari Ahli <i>User Experience</i>	110
Tabel 4. 12 Hasil UEQ Ahli <i>User Experience</i> Setelah Perbaikan.....	115
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Benchmark</i> UEQ Ahli <i>User Experience</i> Setelah Perbaikan.....	116
Tabel 4. 14 Hasil <i>Feedback</i> dari Pemilik Aleeyah Daily.....	117
Tabel 4. 15 Hasil <i>Usability Testing</i> Halaman Pengguna dengan Pengguna 1-3. 121	
Tabel 4. 16 Hasil <i>Usability Testing</i> Halaman Pengguna dengan Pengguna 4-6. 121	
Tabel 4. 17 Hasil <i>Usability Testing</i> Halaman Pengguna dengan Pengguna 7 122	
Tabel 4. 18 Hasil SUS <i>Usability Testing</i> Halaman Pengguna	122
Tabel 4. 19 Hasil <i>Usability Testing</i> Halaman Admin	125
Tabel 4. 20 Hasil SUS <i>Usability Testing</i> Halaman Admin.....	126
Tabel 4. 21 Data UEQ Responden	131
Tabel 4. 22 Hasil UEQ Responden	132

Tabel 4. 23 Hasil Skala UEQ Responden	133
Tabel 4. 24 Hasil Analisis <i>Benchmark</i> UEQ Responden.....	133
Tabel 4. 25 Hasil Penilaian CRI.....	135
Tabel 4. 26 Hasil Tabulasi CRI Tahapan <i>Awareness</i>	136
Tabel 4. 27 Hasil Tabulasi CRI Tahapan <i>Comprehend</i>	137
Tabel 4. 28 Hasil Tabulasi CRI Tahapan <i>Interest</i>	138
Tabel 4. 29 Hasil Tabulasi CRI Tahapan <i>Intention</i>	138
Tabel 4. 30 Hasil Tabulasi CRI Tahapan <i>Action</i>	139
Tabel 4. 31 Pemetaan Asumsi, Hipotesis, <i>Proto-persona</i> , Fitur dan Strategi <i>Interactive Marketing</i>	144

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Halaman Landing Page Website Promosi Aleeyah Daily	154
Lampiran 2. Halaman Koleksi Produk.....	155
Lampiran 3. Halaman Detail Produk	156
Lampiran 4. Halaman Blog.....	157
Lampiran 5. Halaman Artikel Blog.....	158
Lampiran 6. Halaman Testimoni.....	159
Lampiran 7. Halaman Buat Testimoni	160
Lampiran 8. Tampilan Pop-up Claim Voucher.....	160
Lampiran 9. Halaman Tentang.....	161
Lampiran 10. Halaman Fitur Mix&Match (Wardrobe Simulation).....	162
Lampiran 11. Halaman Login Admin	162
Lampiran 12. Halaman Dashboard Admin	163
Lampiran 13. Halaman Tabel Koleksi	164
Lampiran 14. Halaman Tabel Blog.....	164
Lampiran 15. Halaman Edit Artikel Blog.....	165
Lampiran 16. Halaman Tabel Testimoni	166
Lampiran 17. Halaman Tabel Rekap Fitur Mix&Match (Wardrobe Simulation)	167
Lampiran 18. Halaman Tabel Admin.....	168
Lampiran 19. Halaman Tambah Admin.....	168
Lampiran 20. Form Validasi dengan Ahli Marketing.....	169
Lampiran 21. Form Validasi dengan Ahli User Experience	171

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, R. (2016). *Easy & Simple - Web Programming Book*. Elex Media Komputindo.
- Agisny, Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2024). Analisis Efektivitas Kualitas Konten Instagram Menggunakan Customer Response Index (CRI) pada Instagram @studio.dapur. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 1198–1211.
- Aiwan, N. B., P.S.G, E. J., & Jokom, R. (2018). Analisa Efektivitas Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Menggunakan Customer Response Index (Studi pada Kafe De Mandailing di Surabaya). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2), 356–367.
- Aryandana, I. G. S., Susanti, L. A., Suardana, P. E., & Nugraha, P. V. (2025). Pengujian Kualitas Website Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kota Denpasar Bali Menggunakan Metode System Usability Scale (Sus). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 11(1), 14–25. <https://doi.org/10.36002/jutik.v11i1.3747>
- Ayeni, A., Bisschoff, C. A., Sekhampu, J., Lekunze, J., & Ayeni, E. (2024). Interactive Marketing: A Systematic Review and Research Agenda. *F1000Research*, 13(November), 1383. <https://doi.org/10.12688/f1000research.156743.1>
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management*, 8(10), 321–339.
- Bastien, J. M. C. (2010). Usability Testing: Some Current Practices and Research Questions. *International journal of medical informatics*, 74(4), 18–23.
- Brooke, J. (2013). *SUS: a retrospective* (Vol. 8).
- Chaffey, D. (2013). Definitions of Emarketing vs Internet vs Digital marketing. *Smart Insight Blog*, 1–19. Diambil dari <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/definitions-of-emarketing-vs-internet-vs-digital-marketing/>
- Chaffey, D., & Ellish-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8 ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited. Diambil dari www.pearson.com/uk
- Durianto, D. (2003). *INVASI Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Elvetta, O., Suryabi, A., & Jokom, R. (2018). Analisa Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Restoran Madame Chang Dan Hubungannya Dengan Respon Konsumen. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2), 102–113. Diambil dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/7452/6760>
- 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. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Garrett, J. J. (2011). The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond (2nd Edition) (Voices That Matter). In M. J. Nolan, R. Weisburd, & T. Croom (Ed.), *Elements* (2 ed.). Berkeley, CA: New Riders Press. https://doi.org/10.1007/978-1-4302-4150-8_1
- Gothelf, Jeff, & Seiden, J. (2014). *Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience* (10 ed.; M. Treseler, J. Seiden, & H. Bauer, ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Gothelf, Josh, & Seiden, J. (2021). *Lean UX: Creating Great Products with Agile Teams* (3 ed.; J. Pollock, A. Rufino, C. Faucher, & I. NSight, ed.). O'Reilly Media, Inc, USA. Diambil dari <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781098116309>
- Hasan, M. A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta, Indonesia: Buku Seru.
- Hass, C. (2019). A Practical Guide to Usability Testing. In *Consumer Informatics and Digital Health: Solutions for Health and Health Care* (hal. 107–124). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96906-0_6
- Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire. *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 6(1), 69–78. Diambil dari <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/article/view/3582>
- Hinderks, A., Schrepp, M., & Thomaschewski, J. (2018). *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Hockenheim, Germany. Diambil dari <https://www.ueq-online.org/>
- ISO 9241-210. (2019). Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems. Diambil 25 Desember 2021, dari ISO 9241-210:2019(en) website: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-2:v1:en>
- Kaligis, D. L., & Fatri, R. R. (2020). Pengembangan Tampilan Antarmuka Aplikasi Survei Berbasis Web dengan Metode User Centered Design. *JUST IT : Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*, 10(2), 106. <https://doi.org/10.24853/justit.10.2.106-114>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In S. Wall, M. Gaffney, E. Adams, S. Jackson, & S. Ukil (Ed.), *Pearson Education* (15 ed.). Essex, England: Pearson.
- Lewis, J. R. (2018). The System Usability Scale: Past, Present, and Future. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), 577–590. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1455307>

- Lewis, J. R., & Sauro, J. (2018). Item Benchmarks for the System Usability Scale. *Journal of Usability Studies*, 13(3), 158–167. Diambil dari <https://uxpajournal.org/item-benchmarks-system-usability-scale-sus/>
- Maryani, Prabowo, H., Gaol, F. L., & Hidayanto, A. N. (2022). Comparison of the System Development Life Cycle and Prototype Model for Software Engineering. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 12(4), 155–162. https://doi.org/10.46338/ijetae0422_19
- Moes, A., Fransen, M. L., Verhagen, T., & Fennis, B. (2023). From Direct Marketing Toward Interactive Marketing: The Evolving Interactive Marketing Tools. *The Palgrave Handbook of Interactive Marketing*, 43–63. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14961-0_3
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2020). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (9 ed.). Penn Plaza, New York: McGraw-Hill Education. Diambil dari mheducation.com/highered
- Pusat Data Kontan. (2025, Maret 23). Transaksi e-commerce Indonesia. Diambil 4 Juli 2025, dari <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-2024>
- Rather, M. A., & Bhatnagar, V. (2015). *A comprative study of sdlc model*. 4(10), 23–29.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1–26. Diambil dari <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460/6798>
- Robbi, M. S., & Yulianti. (2019). Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi Perancangan Aplikasi E-Learning Berbasis Web dengan Model Prototype pada SMPN 7 Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 2(4), 148–154. Diambil dari <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JTSI/index148>
- Samudro, F. P., & Dermawan, R. (2025). Peran Website dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Etika Jaya Makmur Desa Benowo. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 4, 84–89. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v4i1.405>
- Saravanan, T., Jha, S., Sabharwal, G., & Narayan, S. (2020). Comparative Analysis of Software Life Cycle Models. *Proceedings - IEEE 2020 2nd International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking, ICACCCN 2020*, 906–909. <https://doi.org/10.1109/ICACCCN51052.2020.9362931>
- Sari, A. O., Abdilah, A., & Sunarti. (2019). *Web Programming* (1 ed.). Yogyakarta, Indonesia: Graha ilmu.
- Sauro, J. (2018). 5 Ways to Interpret a SUS Score – MeasuringU. Diambil 24 Juli 2025, dari <https://MeasuringU.Com/> website:

<https://measuringu.com/interpret-sus-score/>

- Sharma, H., & Tripathi, K. (2023). The Importance of Website Usability in Digital Marketing- A Review. *International Journal of Innovative Research in Computer Science and Technology*, 11(3), 27–31. <https://doi.org/10.55524/ijircst.2023.11.3.5>
- Susanto, A., & Asmira. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan Metode Web Engineering. *Simkom*, 2(3), 9–17. <https://doi.org/10.51717/simkom.v2i3.23>
- Syahidi, A., & Arif, Z. (2023). Sistem Informasi Presensi Pegawai Realtime Pada Toko AMD Sports Tegal Menggunakan Metode User Experience (UX) Lifecycle. ... *Informatika dan Sistem Informasi*, 6(2), 14–19. Diambil dari <https://e-journal.stmik-tegal.ac.id/index.php/batirsi/article/view/40%0Ahttps://e-journal.stmik-tegal.ac.id/index.php/batirsi/article/download/40/30>
- Tran, T. H. (2019, September 6). A Beginner's Guide to Lean UX (+ 5 lessons from Jeff Gothelf) | Inside Design Blog. Diambil 24 Desember 2021, dari Invisio website: <https://www.invisionapp.com/inside-design/lean-ux/>
- Wang, C. L. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: Inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1–9. <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2021-270>
- Wang, C. L. (2023). The Palgrave Handbook of Interactive Marketing. In *The Palgrave Handbook of Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-14961-0>