

REDESIGN UI/UX WEBSITE PT SERENA HARSA UTAMA MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING

Rolan Firmansyah¹⁾, Fajri Rakhmat Umbara²⁾, Puspita Nurul Sabrina³⁾

^{1,2,3} Sains dan Informatika, Universitas Jenderal Achmad Yani
Jl. Terusan Jenderal Sudirman, Cimahi, Jawa Barat, Indonesia
Co Responden Email: rolanfirmansyah21@if.unjani.ac.id

Abstract

Article history

Received 12 Aug 2025

Revised 21 Aug 2025

Accepted 25 Sep 2025

Available online 31 Oct 2025

Keywords

UI/UX,

Design Thinking,

Redesign,

UEQ,

A/B Testing

Amidst the rapid development of digital technology, PT. Serena Harsa Utama, a frozen food manufacturing company, realizes the importance of optimal online media presence to support business. The company website functions as a means of product information, partnership opportunities and branding media. Still has shortcomings in the aspects of the user interface (UI) and user experience (UX). Based on the initial evaluation through interviews with manager and testing using the User Experience Questionnaire (UEQ) and heuristic evaluation, a number of problems were found such as less attractive visual appearance, less effective layout and design inconsistencies. To overcome these problems, this study conducted a redesign of the UI/UX of the website by applying the Design Thinking method with 5 main stages. The test results using A/B testing showed that the majority of users preferred the new design on all components tested, including the homepage, product pages. While the retest for UEQ showed a very significant increase in scores in all dimensions. The average value of attractiveness (1,587), clarity (1,585), stimulation (1,680) and novelty (1,515) reached the category of "Good" and "Above Average" in the global benchmark. This shows that the application of the Design Thinking method has succeeded in showing improvements and changes made to the PT. Serena Harsa Utama website to create a more comfortable experience.

Abstrak

Riwayat

Diterima 12 Agu 2025.

Revisi 21 Agu 2025

Disetujui 25 Sep 2025

Terbit online 31 Okt 2025

Kata Kunci

UI/UX,

Design Thinking,

Redesign,

UEQ,

A/B Testing

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, PT. Serena Harsa Utama, sebuah perusahaan produsen makanan olahan beku, menyadari pentingnya kehadiran media daring yang optimal untuk mendukung bisnis. Website perusahaan yang berfungsi sebagai sarana informasi produk, peluang kemitraan, dan media branding masih memiliki kekurangan pada aspek antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX). Berdasarkan evaluasi awal melalui wawancara dengan manajer serta pengujian menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *evaluasi heuristik*, ditemukan sejumlah permasalahan seperti tampilan visual kurang menarik, tata letak kurang efektif, dan *inkonsistensi* desain. Untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian ini melakukan perancangan ulang (redesign) UI/UX website dengan menerapkan metode *Design Thinking* dengan 5 tahapan utama: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Hasil pengujian menggunakan A/B *testing* menunjukkan bahwa mayoritas besar pengguna lebih memilih desain baru pada semua komponen yang diuji, termasuk homepage dan halaman produk. Sedangkan pengujian ulang untuk UEQ menunjukkan peningkatan skor yang signifikan pada seluruh dimensi. Nilai rata-rata daya tarik (1.587), kejelasan (1.585), stimulasi (1.680) dan kebaruan (1.515) mencapai kategori "Good" dan "Above Average" dalam *benchmark global*. Ini menunjukkan penerapan metode *Design Thinking* berhasil menciptakan pengalaman yang lebih nyaman pada *website* PT. Serena Harsa Utama.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah memengaruhi berbagai sektor, termasuk industri makanan (A. R. Yusri, Daffa Al-farel, Zaandami, & Yasin, 2024). Seiring

banyaknya permintaan terhadap produk kuliner dan terbukanya peluang besar bagi pelaku usaha (A. S. Nasution, Hasibuan, Dalimunthe, & Silahi, 2023). Khususnya makanan olahan beku, kehadiran media daring

yang optimal menjadi krusial. Website perusahaan berfungsi sebagai sumber informasi penting bagi konsumen dan calon mitra yang ingin membuat Keputusan terkait pilihan produk atau peluang kemitraan (Rangga, Fathurrochman, & Uttunga, n.d.).

PT. Serena Harsa Utama merupakan produsen makanan yang memiliki tiga segmen target utama. Pertama, konsumen rumah tangga di berbagai wilayah seperti Jakarta dan Bandung yang mencari produk olahan beku praktis dan berkualitas. Kedua segmen B2B yang meliputi pedagang cuanki, restoran, dan catering yang membutuhkan bahan baku berkualitas. Ketiga, individu atau kelompok yang ingin memulai usaha kemitraan dengan modal terjangkau.

Berdasarkan wawancara dengan manajer perusahaan, ditemukan bahwa desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) perlu dirancang ulang. Hal ini disebabkan oleh tampilan website saat ini yang dianggap kurang menarik dan terkesan biasa saja, dibandingkan dengan website serupa. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian menyatakan bahwa desain interface yang buruk dapat membuat frustrasi bagi pengguna dan akan mempengaruhi produktivitas atau pengalaman dalam mengunjungi sebuah situs website. Selain itu, manajer PT. Serena Harsa Utama menyebutkan, tampilan website kurang user friendly tata letak yang kurang efektif. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, akan digunakan metode *Design Thinking*. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan metode Design Thinking dapat menghasilkan rancangan ulang UI/UX yang tidak hanya memperbaiki masalah kegunaan, tetapi juga secara efektif meningkatkan daya tarik, kejelasan informasi, dan kepercayaan pengguna terhadap situs web PT Serena Harsa Utama?

Penelitian (Fahrezi, 2024) menerapkan metode Design Thinking dan Agile Framework untuk merancang ulang UI/UX website LSP Ditekindo. Hasilnya, redesign website lebih informatif, menarik, dan mudah digunakan. A/B Testing menunjukkan 85,71% responden lebih menyukai desain baru, membuktikan efektivitas metode ini dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Pada penelitian (Nida, Reza El Akbar, & Rahmatulloh, 2024)

berfokus pada analisis dan perancangan ulang antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna (UI/UX) pada *Learning Management System* (LMS) Sakattaku menggunakan metode *Design Thinking* adanya keluhan dari 45% pengguna yang mengalami kesulitan saat menggunakan platform tersebut, setelah dilakukan perancangan ulang adanya peningkatan yang signifikan pada semua aspek *User Experience Questionnaire* (UEQ) mencapai predikat “*Excellent*”, aspek “Kebaruan” mengalami kenaikan sebesar 75.6%.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas, Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan ulang (*re-design*) UI/UX pada situs website PT. Serena Harsa Utama. Target luaran penelitian ini adalah terciptanya desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang lebih optimal untuk website. Penelitian ini akan menerapkan metode *Design Thinking* melalui lima tahap: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* untuk perancangan ulang dan pengembangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) pada situs website PT. Serena Harsa Utama.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking* yang berfokus pada pendekatan yang mengutamakan solusi dan pemecahan masalah yang berpusat pada pengguna. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) dengan sifat deskriptif. Pemilihan pendekatan ini didasarkan bahwa penggabungan kuantitatif dan kualitatif dapat menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai permasalahan UI/UX, sehingga mampu menjawab pertanyaan ‘apa’ yang terjadi dan ‘mengapa’ hal tersebut bisa terjadi (Harrison, Reilly, & Creswell, 2020).

Proses redesign UI/UX website PT Serena Harsa Utama ini dilakukan melalui lima tahapan utama: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.

Table 1 Metode Penelitian

Tahapan	Metode	Deskripsi
Design Thinking		

Pengumpulan Data Awal	Observasi & Wawancara	Memahami konteks awal mengenai permasalahan yang pada situs web PT Serena Harsa Utama.
Empathize	User Experience Questionnaire (UEQ) & Evaluasi Heuristik	Mengukur persepsi pengguna (UX) website saat ini secara kuantitatif. Mengidentifikasi masalah usability berdasarkan 10 prinsip Nielsen.
Define	Analisis Data UEQ & Heuristik	Merumuskan masalah utama pengguna dan membuat Point of View (POV)
Ideate	Affinity Diagram	Mengelompokkan masalah dan menghasilkan ide-ide solusi desain yang relevan.
Prototype	Low-Fidelity & High Fidelity	Memvisualisasikan ide solusi ke dalam bentuk desain yang dapat diuji.
Test	A/B Testing & UEQ-Ulang	Membandingkan preferensi pengguna antara desain lama dan baru, dan mengukur peningkatan skor UX pada desain baru secara kuantitatif menggunakan UEQ.

Pengumpulan data awal dilakukan melalui observasi dan wawancara (Goldenberg & Goldenberg, n.d.). Tahap Empathize menggunakan 2 pendekatan: data kuantitatif melalui kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ) dan data kualitatif melalui evaluasi heuristic (W. S. L. Nasution & Nusa, 2021). Hasil dari kedua metode kemudian dianalisis pada tahap Define untuk merumuskan Point of View (POV). Berdasarkan POV tersebut, solusi dikembangkan pada tahap ideate

menggunakan Affinity Diagram (Setiyani & Tjandra, n.d.). Solusi yang dikembangkan kemudian divisualisasikan pada tahap Prototype ke dalam bentuk Low-Fidelity dan High-Fidelity. Terakhir, pada tahap Test, desain baru dievaluasi menggunakan dua metode: UEQ ulang dan A/B Testing untuk memvalidasi efektivitas redesign (W. S. L. Nasution & Nusa, 2021), (Islami & Dody Firmansyah, 2023)

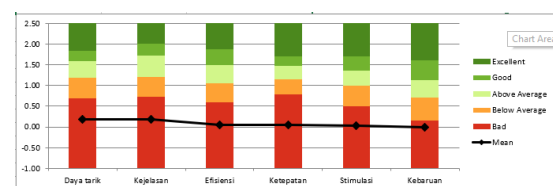
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Evaluasi Awal

Evaluasi awal dilakukan untuk memahami permasalahan yang dihadapi pengguna. proses ini menggunakan pendekatan mixed-methods yang dijelaskan sebelum di Metode Penelitian. Data kuantitatif dikumpulkan melalui *User Experience Questionnaire* (UEQ) yang disebar secara daring kepada 54 responden. Data kualitatif dikumpulkan melalui saran dari responden dan *evaluasi heuristic* yang dilakukan oleh dua evaluator UI/UX. Hasil pengujian UEQ awal pada Tabel 2 dan Gambar 2 menunjukkan kinerja website yang sangat buruk. Seluruh 6 dimensi utama mendapatkan kategori “Bad”, yang berarti berada di rentang 25% terendah dibandingkan produk lain dalam *benchmark global*.

Tabel 1. Hasil UEQ untuk menemukan permasalahan awal

Dimensi	Mean	Comarisson to Bechnmark
<i>Attractiveness</i>	0.17	Bad
<i>Perspicuity</i>	0.19	Bad
<i>Efficiency</i>	0.06	Bad
<i>Dependability</i>	0.05	Bad
<i>Stimulation</i>	0.02	Bad
<i>Novelty</i>	0.00	Bad



Gambar 1. Grafik comparison to benchmark sebelum test

Temuan kuantitatif ini didukung oleh data kualitatif. Masukan 40 saran responden mengidentifikasi masalah utama pada:

- 1) Struktur Informasi: Tambahkan halaman FAQ, Perjelas penawaran produk/jasa di halaman utama., Tampilan informasi kontak di bagian footer.
- 2) Desain Visual: Beberapa responden menyebutkan bahwa desain website terlalu kaku sehingga mereka merasa tampilan perlu diperbarui agar lebih menarik.
- 3) Peningkatan Kepercayaan Pengguna: Tambahkan elemen *Call To Action (CTA)* yang jelas, Sertakan Testimoni dari klien.

Untuk melengkapi pemahaman kuantitatif dari hasil UEQ, diperkuat dengan temuan oleh hasil evaluasi heuristic, dimana kedua evaluator menyoroti masalah serius terkait prinsip *Aesthetic and Minimalist Design* (tampilan sempit, ramai), *Consistency and Standards* (desain tidak konsisten pada font, warna, dan ikon), serta *Recognition Rather Than Recall* (tata letak membingungkan).

Tabel 2. Hasil evaluasi heuristic

Evaluator	Aspek Usability	Keterangan
Evaluator 1	<i>Aesthetic and Minimalist</i>	Jarak antar elemen visual seperti gambar terlalu rapat, sehingga tampilan terasa sempit dan menyulitkan pengguna untuk fokus padkonten utama
	<i>Match Between System and the Real World</i>	Ikon yang digunakan tidak selalu intuitif
Evaluator 2	<i>Consistency and Standards</i>	Design tidak user friendly, layout berantakan, warna terlalu banyak digunakan, teks/font terlalu banyak digunakan jenisnya (setiap page berbeda-beda), icon tidak konsisten, masih terdapat 2 jenis, seperti fill icon dan outline icon
	<i>Recognition Rather Than Recall</i>	Tidak rapihnya layout dan asingnya penyusunan

layout membuat tampilan terlihat membingungkan
Aesthetic and Minimalist Design
 Terlalu ramai, banyak layout yg bisa dibuat lebih minimalis, bikin capek mata.

2. Perumusan masalah

Berdasarkan data kuantitatif dari *User Experience Questionnaire (UEQ)*, masukan dari responden, serta temuan dari *evaluasi heuristic*, terdapat beberapa pola permasalahan yang konsisten dan saling menguatkan. Berikut merupakan perumusan masalah yang ditemukan dari tahap *empathize*.

- 1) Antarmuka: *Evaluasi heuristic* menunjukkan skor tinggi (mayor dan minor) untuk prinsip *Aesthetic and Minimalist Design*, yang mengindikasikan tampilan visual website terlalu padat dan membingungkan. Hal ini juga didapat dari masukan responden yang menyebutkan bahwa desain terlalu kaku dan kurang menarik. *Dimensi* dari Daya Tarik dalam UEQ juga menunjukkan nilai yang mendekati netral, sehingga aspek visual menjadi perhatian utama.
- 2) Konsistensi Desain: Hasil dari *evaluasi heuristic* yang di temukan oleh salah satu evaluator adalah prinsip *Consistency and Standards*. Website ini dinilai tidak konsisten dalam penggunaan warna, jenis font, dan ikon, sehingga dapat membingungkan pengguna.
- 3) Struktur Informasi: Dari hasil responden sebagian menyampaikan saran terkait penyajian informasi. Permintaan untuk penambahan halaman FAQ, penawaran produk yang lebih jelas serta informasi kontak di bagian footer. Evaluator juga mencatat bahwa layout tidak struktur. Sesuai dengan prinsip *Recognition Rather Than Recall*
- 4) Elemen Kepercayaan: Sebagian dari responden menyarankan adanya tombol *Call to Action (CTA)*, testimoni klien, dan elemen kepercayaan lainnya yang dapat meningkatkan kredibilitas website.

Dari keseluruhan temuan tersebut, dirumuskan satu pernyataan *Point Of View (POV)* utama yang mencerminkan masalah mendasar pengguna sebagai berikut :

“Seorang mitra bisnis yang menggunakan website PT. Serena Harsa Utama membutuhkan antarmuka yang konsisten, informatif, dan menarik karena saat ini merasa kesulitan dalam memahami informasi, merasa tidak nyaman dengan tampilan yang padat dan kaku, serta kehilangan kepercayaan karena tidaknya elemen visual yang menarik untuk mendukung pengalaman pengguna”.

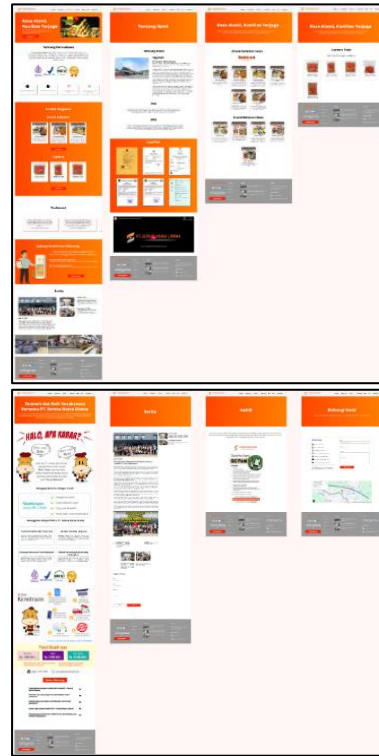
3. Hasil Perancangan Prototipe

Bedasarkan masalah yang telah dirumuskan, solusi desain dikembangkan melalui tahap Ideate dan Prototype. Tahap ini bertujuan memvisualisasikan ide solusi ke dalam bentuk desain yang dapat divalidasi. Rancangan final (*High-Fidelity*) mengadopsi beberapa Keputusan desain utama untuk menjawab masalah yang ada:

- 1) Warna & Emosi: Merah-Oranye digunakan untuk brand homepage dan halaman e-commerce, sedangkan abu-abu digunakan untuk tombol sekunder, memberikan kesan dinamis sekaligus elegan (Ramotion Agency, 2025).
- 2) Tipografi : Menggunakan *font sans-serif (Open Sans)* agar teks lebih mudah dibaca di perangkat digital (Acar Büyükpehlivan, 2024).
- 3) Layout & Navigasi: Mengadopsi layout nomor 1 dan 4 untuk halaman produk, serta layout nomor 3 untuk halaman galeri dan navigasi (He, Wu, Xia, & Xue, 2022), (Yahya & Nugroho, 2024).
- 4) Visualisasi Tombol: Menggunakan tombol versi 3 dengan radius 12px untuk memberikan kesan modern dan ramah bagi pengguna (Gleichauf, Wagner-Hartl, Ackner, & Pfeffer, 2025), (Mbeti & Tanamal, 2020)



Gambar 2. Low Fidelity



Gambar 3. High Fidelity

5. Evaluasi Hasil

Tahap ini bertujuan untuk mengukur kualitas pengalaman pengguna terhadap desain antarmuka website PT. Serena Harsa Utama sebelum dan sesudah dilakukan proses redesign. *Evaluasi* ini dilakukan guna untuk mengetahui sejauh mana desain baru dapat memenuhi kebutuhan pengguna serta meningkatkan kepuasan dalam penggunaan antarmuka yang terbaru. Metode evaluasi yang dilakukan melalui dua pendekatan yaitu *User Experience Questionnaire (UEQ)* dan *A/B Testing*.

Hasil A/B Testing menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih Desain B pada seluruh 9 komponen yang diuji. Preferensi tertinggi untuk desain baru ada pada komponen Testimoni (68%) dan Tombol CTA (66%). Ini secara langsung menunjukkan bahwa solusi untuk menambahkan “Elemen Kepercayaan” berhasil dan disukai pengguna.

Tabel 3. Hasil A/B testing

Komponen UI	Desain A	Desain B
Homepage	46 %	54 %
Halaman Produk	42 %	58 %
Halaman Kemitraan	42 %	58 %
Tombol Aksi (CTA)	34 %	66 %

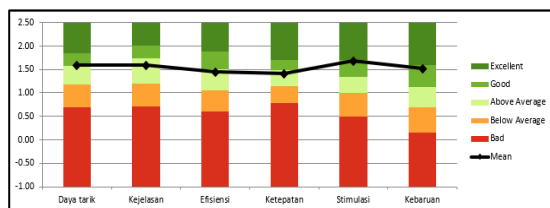
Testimoni	32 %	68 %
Navigasi	48 %	52 %
Menu		
Halaman	40 %	60 %
Tentang Kami		
Footer	40 %	60 %
Informasi	44%	56%
Kontak		

Hasil pengujian ulang UEQ menunjukkan peningkatan skor yang sangat signifikan pada seluruh dimensi. Dimensi *Attractiveness* (1.59), *Stimulation* (1.68), dan *Novelty* (1.52) naik drastis dari kategori “Buruk” Menjadi “Baik” (Good). Dimensi *Perspicuity* (1.59), *Efficiency* (1.45), dan *Dependability* (1.41) naik menjadi “Above Average”

Peningkatan ini secara analitis membuktikan bahwa solusi desain yang diterapkan berhasil. Peningkatan *Attractiveness* dan *Stimulation* membuktikan bahwa penggunaan warna merah-oranye yang energik dan tata letak yang lebih modern berhasil mengatasi masalah “tampilan kaku”. Sementara itu, peningkatan *Perspicuity* dan *Efficiency* membuktikan bahwa restrukturisasi informasi dan penggunaan tipografi yang konsisten berhasil membuat website baru lebih mudah digunakan.

Tabel 4. Hasil UEQ setelah test

Dimensi	Mean	Comparisson to Benchmark
<i>Attractiveness</i>	1.59	Good
<i>Perspicuity</i>	1.59	Above Average
<i>Efficiency</i>	1.45	Above Average
<i>Dependability</i>	1.41	Above Average
<i>Stimulation</i>	1.68	Good
<i>Novelty</i>	1.52	Good
<i>Attractiveness</i>	1.59	Good
<i>Perspicuity</i>	1.59	Above Average
<i>Efficiency</i>	1.45	Above Average



Gambar 4. Grafik perbandingan comparisson to benchmark sesudah test

Pembahasan

Hasil pengujian yang telah dipaparkan diatas menunjukkan bahwa proses perancangan ulang (redesign) UI/UX pada situs website PT Serena Harsa Utama menggunakan metode *Design Thinking* telah berhasil secara signifikan. Dominasi preferensi terhadap Desain B pada *A/B Testing* dan kenaikan skor pada UEQ membuktikan pendekatan yang berpusat pada pengguna ini mampu menghasilkan solusi efektif.

Permasalahan utama yang dirumuskan diawal seperti tata letak yang tidak efektif informasi yang tidak jelas, tampilan visual yang kurang menarik telah berhasil diatasi. Keberhasilan ini dapat diatribusikan pada implementasi solusi berbasis data: penerapan *white space* dan palet warna yang konsisten secara langsung menjawab temuan evaluasi *heuristic* dan terbukti meningkatkan skor *Attractiveness*. Restrukturisasi informasi dengan penambahan FAQ, testimoni, dan CTA yang jelas terbukti meningkatkan skor *Perspicuity* dan efektivitas website, seperti yang terlihat pada hasil *A/B Testing* komponen CTA (66%) dan Testimoni (68%).

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya mengenai efektivitas *Design Thinking* dalam *redesign* UI/UX. Peningkatan signifikan pada seluruh dimensi UEQ, khususnya *Attractiveness* dan *Stimulation*, mengkonfirmasi temuan (Nabilah Nida, Reza El Akbar, and Rahmatulloh 2024) yang juga mencatat peningkatan drastis pada aspek UEQ setelah *redesign* LMS Sakatta ku. Selain itu, keberhasilan *A/B Testing* yang menunjukkan preferensi mayoritas pengguna terhadap desain baru, mendukung hasil penelitian (Fahrezi 2024) di mana 85,71% responden juga lebih menyukai desain baru, membuktikan efektivitas metode ini dalam validasi desain

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proses perancangan ulang situs web PT Serena Harsa Utama berhasil meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan, yang dibuktikan dengan kenaikan rata-rata skor *User Experience Questionnaire* (UEQ) sebesar 49.9%. Keberhasilan ini menjawab rumusan masalah dengan mengatasi tiga permasalahan utama. Masalah daya tarik, dimana skor dimensi daya tarik naik menjadi 1.587 dan *Stimulasi* naik

menjadi 1.680 mencapai kategori “Baik” dengan penggunaan warna baru dan *white space*. Kedua masalah kejelasan informasi teratasi, yang ditunjukkan oleh peningkatan skor Kejelasan menjadi 1.585 dan *Efisiensi* menjadi 1.445 melalui *perbaikan tipografi sans-serif (Open Sans)* dan organisasi konten. Ketiga, peningkatan kepercayaan pengguna tercapai, dengan hasil *A/B Testing* menunjukkan 68% pengguna lebih memilih desain baru yang menampilkan testimoni. Keberhasilan seluruh proses perbaikan ini dicapai melalui penerapan metode *Design Thinking* yang berpusat pada kebutuhan pengguna.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disarankan menerapkan metode evaluasi heatmap analysis guna memperoleh data interaksi pengguna secara lebih mendalam serta mengidentifikasi area yang paling sering dilihat dan diklik. 66 Analisis tersebut diharapkan dapat mengidentifikasi elemen desain yang pengaruh signifikan terhadap perhatian dan keputusan pengguna.

REFERENSI

- Acar Büyükpehlivan, G. (2024). The importance and use of typography in print and digital design. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*.
- Nasution, A. S., Hasibuan, D. N. H., Dalimunthe, W. M. D., & Silahi, P. R. S. (2023). *Peningkatan kinerja industri makanan dan minuman melalui transformasi digital di Indonesia*.
- Fahrezi, R. B. (2024). Redesign UI/UX website of professional certification institute using design thinking method and agile framework. *Journal of Universal Studies*, 4(12), 11841–11855.
- Gleichauf, K., Wagner-Hartl, V., Ackner, G. J., & Pfeffer, S. (2025). Understanding visual attention to button design utilizing eye-tracking: An Experimental investigation. *Applied System Innovation*, 8(2).
- Goldenberg, D., & Goldenberg, Y. (n.d.). Agent experience: Nielsen’s usability heuristics analysis for genAI agents. In *Proceedings of* (Vol. 1). /392368707
- Harrison, R. L., Reilly, T. M., & Creswell, J. W. (2020). Methodological rigor in mixed methods: an application in management studies. *Journal of Mixed Methods Research*, 14(4), 473–495.
- He, Z., Wu, W., Xia, Z., & Xue, C. (2022). Layout of emotional elements and functional modules in web design based on aesthetic indicators. *Ergonomics In Design*, 47. AHFE International.
- Islami, S. N., & Dody Firmansyah, M. (2023). Evaluasi UI/UX dari aplikasi IKMAS dengan menggunakan metode design thinking dan pengujian pengguna. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 9(1), 29–38.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of easiness, service quality, price, trust of quality of information, and brand image of consumer purchase decision on shopee online purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100.
- Nida, S. N., Reza El Akbar, R., & Rahmatulloh, A. (2024). *Approach integration design sprints to design thinking in learning management system Sakattaku*.
- Nasution, W. S. L., & Nusa, P. (2021). UI/UX design web-based learning application using design thinking method. *ARRUS Journal of Engineering and Technology*, 1(1), 18–27.
- Ramotion Agency. (2025). Color in UX design: theory, impact & applying. Retrieved August 12, 2025, from Ramotion website:
- Rangga, I., Fathurrochman, M., & Uttunga, R. (n.d.). *SNESTIK evaluasi dan perancangan UI/UX website niagahoster menggunakan metode design thinking*.
- Yusri, A. R., Daffa Al-farel, M., Zaandami, N., & Yasin, M. (2024). Perancangan desain UI/UX berbasis scan barcode dengan metode design thinking untuk pemesanan makanan. *Bulletin of Information Technology (BIT)*, 5(2), 102–113.
- Setiyani, L., & Tjandra, E. (n.d.). UI / UX design model for student complaint handling application using design thinking method (Case Study: STMIK Rosma Karawang). In *International Journal of Science*.
- Yahya, A., & Nugroho, A. (2024). Perancangan ulang UI/UX dengan figma pada website OKE OCE Indonesia menggunakan metode design thinking. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 6(1), 261–271.