



Perancangan Desain *User Interface* (UI) Website Nava Rent Car

Bima Aflaha Ahsa^{1*}, Dwi Mutia Sari²

^{1,2}Universitas Negeri Padang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: bimaafalaha@gmail.com

Abstract. *Nava Rent Car is a car rental service business located in Batam. Many customers have complained about the difficulty in making reservations and obtaining detailed information about the vehicles and services offered. To address this issue, the author designed a more informative, functional, and appealing User Interface (UI) website to support the marketing of services. This design was developed using the Design Thinking method with SWOT analysis techniques. This approach was chosen because it focuses on the user, helping to deeply understand their needs, desires, and problems. The Design Thinking process consists of five steps: empathizing to understand the user's problems, defining the problem, ideating solutions, prototyping, and testing the design for user feedback. The result is a high-fidelity website prototype that illustrates the user flow and measures how well the design meets user needs and provides an optimal experience. Feasibility testing showed positive responses, especially regarding the interface design, clarity of vehicle information, and available features. It is expected that this design will help Nava Rent Car enhance its marketing strategy and expand its business reach.*

Keywords: *Car Rental Website; Design Thinking; SWOT Analysis; UI Design; User Experience.*

Abstrak. Nava Rent Car adalah usaha di bidang jasa penyewaan mobil yang beroperasi di Kota Batam. Banyak pelanggan mengeluhkan kesulitan dalam pemesanan dan memperoleh informasi mengenai kendaraan serta layanan yang ditawarkan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis merancang User Interface (UI) website Nava Rent Car yang lebih informatif, fungsional, dan menarik untuk mendukung pemasaran layanan. Perancangan ini menggunakan metode Design Thinking dengan teknik analisis SWOT. Metode ini dipilih karena fokusnya yang kuat pada pengguna, sehingga mampu mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan masalah pengguna secara mendalam. Proses Design Thinking terdiri dari lima langkah: berempati untuk memahami masalah pengguna, mendefinisikan masalah, ideasi untuk menghasilkan solusi, pembuatan prototipe, dan pengujian desain untuk mendapatkan umpan balik pengguna. Hasilnya adalah prototipe website high-fidelity yang mengilustrasikan alur pengguna dan mengukur sejauh mana desain memenuhi kebutuhan serta memberikan pengalaman optimal. Uji kelayakan yang dilakukan menunjukkan respons positif, terutama terkait dengan tampilan antarmuka, kejelasan informasi kendaraan, dan fitur yang disediakan. Diharapkan dengan perancangan ini, Nava Rent Car dapat meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperluas jangkauan usaha.

Kata kunci: Analisis SWOT; *Design Thinking*; Pengalaman Pengguna; Perancangan UI; Website Penyewaan Mobil.

1. LATAR BELAKANG

Saat ini, teknologi yang berkembang pesat di era digital menyebabkan adanya peningkatan berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk pengguna *website* sebagai sumber pemberian informasi digital yang banyak memiliki keuntungan. Website dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk menyampaikan informasi mengenai layanan yang dapat diakses oleh seluruh pengguna dengan cara yang berbeda. Website tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas (Strauss & Frost, 2014).

Pada bisnis transportasi seperti layanan mobil sangat berdampak positif ketika *website* digunakan bagi perusahaan pengguna layanan tersebut, hal itu dikarenakan website bukanlah

sebuah referensi mudah di dapat oleh pelanggan namun juga layanan dan kompetitif pemilik bisnis terhadap pemilik bisnis lain.

Nava *Rent Car* merupakan sebuah perusahaan yang beroperasi dalam bidang penyewaan kendaraan mobil di Kota Batam yang melayani kebutuhan transportasi bisnis dan pribadi. Rental mobil merupakan bisnis jasa yang mencakup perjanjian sewa antara penyewa dan pemilik barang yang dipakai. (Prasetya & Putri, 2021). Dalam hal mobilitas, Nava *Rent Car* menyediakan berbagai jenis, harga, dan fasilitas berkendara sesuai dengan konsumen di Batam. Untuk meningkatkan pengalaman pelanggan perusahaan terus berusaha berinovatif melalui digital yang memungkinkan pemesanan jauh lebih cepat, memastikan jasa pelayanan yang lebih efisien dan responsif bagi pelanggan.

Namun demikian, metode penyampaian yang digunakan saat ini masih berupa lisan. Kondisi ini kerap menimbulkan keluhan dari pelanggan karena dianggap kurang efisien dan tidak selalu akurat. Akibatnya, informasi terkait kendaraan yang disewakan sering kali tidak tersampaikan secara jelas dan lengkap. Maka dari itu muncullah sebuah pertanyaan solusi apa yang bisa digunakan untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu penyelesaian yang bisa diajukan oleh penulis ialah memproduksi sebuah media digital berupa *website*. Keberadaan platform digital mampu meningkatkan nilai suatu layanan melalui kemudahan akses informasi, keterbukaan, serta efektivitas komunikasi dengan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Selain berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi mengenai layanan maupun produk yang ditawarkan, website juga dapat menjadi media promosi yang efektif serta mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan secara praktis, efisien, dan sesuai kebutuhan.

Dengan memanfaatkan situs web sebagai solusi bisnis, hal ini akan mempermudah pelanggan untuk mengakses segala informasi dan layanan yang ditawarkan Nava *Rent Car* tanpa kesulitan. Situs web ini dirancang dengan melayani pelanggan sesuai dengan perilaku generasi saat ini. Perancangan website ini tidak hanya untuk memperluas jangkauan target pengguna, tetapi juga untuk menyederhanakan proses penyewaan kendaraan serta menyajikan informasi layanan secara lebih jelas, akurat, dan efektif.

Pada penelitian ini, pembuatan desain situs web Nava *Rent Car* memanfaatkan pendekatan *Design Thinking* untuk mengembangkan situs yang sejalan dengan kebutuhan pengguna dan perusahaan terkait masalah yang ada. Metode ini tidak hanya fokus pada apa yang dilihat dan dirasakan oleh penggunanya, tetapi juga fokus pada pengalaman pengguna/user experience (Sari et al., 2020).

2. KAJIAN TEORITIS

Rental Mobil

Sewa mobil adalah layanan yang memperbolehkan seorang atau perusahaan memakai kendaraan selama periode tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan, dengan cara pembayaran yang bisa disesuaikan kebutuhan pengguna. Menurut Subagia, (2020) sewa mobil merupakan salah satu alternatif cara masyarakat menyewa untuk transportasi. Layanan ini memberi kebebasan bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan transportasi tanpa harus memiliki kendaraan sendiri. Mereka dapat menggunakan berbagai tipe kendaraan, seperti mobil, van, atau bus, baik untuk keperluan pribadi, bisnis, maupun perjalanan wisata.

Website

Website ialah platform informasi yang diakses melalui jalur internet dan dapat diakses oleh pengguna di seluruh dunia selama perangkat mereka terhubung ke jaringan internet. Menurut Yuhefizar (2021), website adalah sebuah cara untuk menyampaikan informasi di internet, dapat berupa gambar, video, teks maupun suara interaktif yang menghubungkan dari dokumen satu dengan dokumen lainnya yang dapat diakses melalui browser.

Keberhasilan sebuah sistem digital, seperti website, sangat bergantung pada aspek kemudahan, konsistensi, serta kejelasan dalam penyajian informasi melalui antarmuka (Haidar, 2024). *Website* dapat menjadi pelayanan modern yang sejalan dengan kebiasaan dan kebutuhan masyarakat di era digital tidak hanya praktis dan efisien tapi juga dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

U.I Design

User Interface (UI) merupakan tampilan yang berfokus pada visual dan interaksi antara pengguna dengan suatu produk, meliputi warna, tipografi, ikon, tombol, serta komponen grafis lainnya yang dapat mendukung pengalaman pengguna. Menurut Lastiansah dalam Fransiska Farah et al. (2020) menyebutkan bahwa *User Interface* merupakan metode yang digunakan untuk berinteraksi antara individu dan sistem. *User Interface* saat ini dipandang krusial dalam perancangan sebuah sistem digital karena dapat berfungsi sebagai penghubung utama antara pengguna dan teknologi. Selain berfungsi secara teknis, perancangan antarmuka pengguna juga perlu mempertimbangkan elemen estetika, komunikasi visual, serta pengalaman pengguna (user experience) agar interaksi yang terjalin menjadi lebih efektif dan efisien (Yulianto et al., 2024).

Tujuan dari desain antarmuka pengguna adalah: (1) memudahkan pengguna dalam memahami dan mengakses informasi, (2) menciptakan pengalaman berinteraksi yang praktis dan menyenangkan, (3) memperkuat citra serta meningkatkan kepercayaan terhadap layanan

digital, dan (4) menghadirkan identitas visual yang konsisten sebagai pembeda di tengah persaingan yang ketat (Yulianto & Putri, 2024). Dengan demikian, antarmuka pengguna pada website bukan hanya berperan sebagai media teknis, melainkan juga sebagai representasi identitas visual serta strategi komunikasi perusahaan dalam membangun hubungan dengan audiens secara digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan *Design Thinking* yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses perancangan desain antarmuka pengguna pada website *Nava Rent Car*. *Design thinking* digunakan sebagai cara untuk menganalisis dengan cara memahami keperluan pengguna serta menitikberatkan pada aspek bentuk, hubungan, perilaku, interaksi, dan perasaan manusia demi menciptakan sebuah solusi yang paling efektif (Mootee, 2013). Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu Penentuan Topik, Rumusan Masalah, Studi Literatur, *Design Thinking*, dan Kesimpulan dan Saran. Berikut merupakan tahapan tahapan yang dilakukan.

Penentuan Topik

Penelitian dimulai dengan menetapkan topik, yang didasarkan pada masalah yang terjadi di perusahaan *Nava Rent Car* yang memerlukan sebuah layanan yang dapat memberikan informasi terkait kendaraan dan layanan yang mereka sediakan. Oleh karena itu, topik yang diangkat dalam penelitian ini adalah perancangan desain *user interface* pada *Nava Rent Car* berbasis *website* yang menggunakan metode *design thinking*.

Rumusan Masalah

Penelitian ini dimulai dengan menemukan sebuah masalah yang perlu diatasi. Masalah tersebut bisa didapat dari hasil pengamatan dan wawancara langsung di lapangan, atau dari minat peneliti sendiri atau kebutuhan masyarakat secara umum. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dirumuskan sebuah permasalahan yaitu bagaimana merancang desain *website* untuk mengatasi kesulitan pelanggan dalam mendapatkan informasi dan layanan yang ditawarkan oleh *Nava Rent Car* kepada calon konsumennya.

Studi Literatur

Peneliti melakukan pencarian informasi melalui buku, artikel, atau sumber tertulis lainnya untuk memahami penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai topik tersebut. Langkah ini penting agar peneliti dapat membangun dasar teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan. Hipotesis berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti dalam memahami permasalahan dengan cara yang logis dan sesuai dengan aturan pemikiran.

Empathize

Pada tahap ini, peneliti memahami secara mendalam permasalahan yang ingin diselesaikan dimulai dari tahap empati hingga pengujian. Fokus utamanya adalah memahami atau mengidentifikasi kebutuhan, kebiasaan, serta tantangan yang dihadapi oleh pengguna dan pemilik. Pengembalian informasi pada tahap ini dilakukan secara observasi, wawancara, dan pengisian kuesioner guna untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pengguna (Pressman, 2019).

Serta pada tahapan ini, penulis membuat *empathy map* untuk memahami lebih dalam karakteristik pengguna guna membantu memecahkan masalah yang dihadapi. *Empathy map* adalah yang dapat dimanfaatkan untuk memahami karakteristik pengguna lebih dalam serta membantu memecahkan permasalahan produk yang berkaitan dengan kebutuhan pengguna (Apiary Academy, 2024).

Define

Tahap berikutnya adalah tahap pendefinisian, tahap ini berisi proses pengolahan dan analisis data yang telah dikumpulkan di tahap empati. Data hasil observasi dan wawancara dianalisis untuk menentukan masalah utama dan kebutuhan pengguna pada dasar pemahaman yang sudah didapat. Masalah dan kebutuhan pengguna digambarkan menjadi *User Persona*. Proses ini merupakan hasil dari olahan data *empathy map* yang didapat dari hasil wawancara, *user persona* berguna dalam pemetaan masalah dan membantu dalam mengimplementasikan keinginan pengguna. *Persona* ini menggunakan metode pendekatan kepada target pengguna (user) selama proses pengembangan hingga perangkat lunak siap digunakan (Wahyu Andhyka Kusuma et al., 2020).

Ideate

Pada tahap ini, perhatian kita tertuju pada penciptaan ide dan penggunaannya sebagai dasar untuk desain prototipe yang akan dikembangkan. Metode seperti *brainstorming* atau *mind-mapping* digunakan untuk mengumpulkan serta menyusun gagasan yang menjadi solusi paling sesuai. Gagasan yang diperoleh dari sesi *brainstorming* tersebut akan menghasilkan pemikiran yang berupa penyelesaian atas masalah yang dialami oleh pengguna (Wibowo & Setiaji, 2020). Tahap ini diawali dengan memahami permasalahan dengan menggunakan *user flow* kemudian dilanjutkan dengan pembuatan *wireframe* dari desain *website* yang didesain. *User flow* menggambarkan mengenai halaman, logika, dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Handley, 2018).

Prototype

Prototyping merupakan proses membuat model awal atau versi yang sederhana dari solusi yang pada akhirnya akan diuji oleh pengguna. Tujuan pembuatan prototype adalah untuk menguji elemen tertentu dari solusi desain yang telah dikembangkan pada tahapan ideate (Ambrose & Harris, 2010). Seperti yang dijelaskan, solusi tersebut telah dihasilkan dari ide atau hasil formulasi. Pada tahap ini, tujuan awal yang ingin dicapai adalah menggambarkan skenario awal terkait dengan aplikasi tersebut dan menghasilkan ide produk mana yang paling baik untuk menjawab masalah penggunaan dari produk ini terhadap pengguna.

Testing

Tahap ini melibatkan pengguna dengan proposal solusi sebelumnya yang sudah dikembangkan. Hal yang ingin diperoleh dari tahap ini adalah menilai sejauh mana solusi yang telah didesain saat tahap prototyping dapat memenuhi kebutuhan pengguna sebagaimana yang telah diformulasikan dan pada tahap ini dilakukan pengevaluasian serta pengumpulan umpan balik untuk dilakukan perbaikan kedepannya.

Pendekatan diatas mencakup perancangan dengan tahapan yang meliputi memikirkan, menentukan, menciptakan, membuat, dan menguji. Fokus penggambaran, bagaimana pengguna memberikan umpan balik pada setiap tahap, bagaimana di setiap tahap, dan desain menjadi prototipe, seberapa efektif antarmuka yang dihasilkan guna meningkatkan kemudahan, kejelasan, dan konsistensi pada pengalaman pengguna pada aplikasi layanan Nava Rent Car.

Adapun metode analisis yang digunakan adalah SWOT. Analisis SWOT adalah suatu metode yang strategis yang digunakan untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam spekulasi bisnis. Keempat faktor tersebut membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats) (Tina Hernawati Suryatman, 2021).

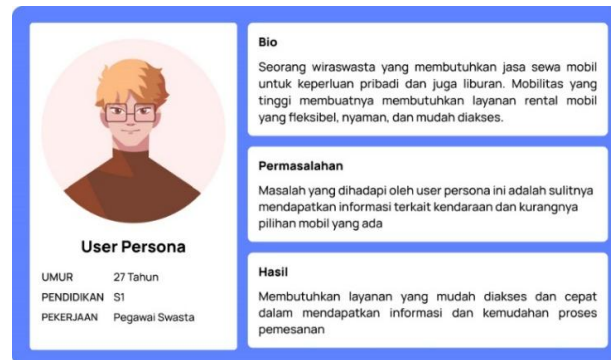
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Emphatize

Pada awal perancangan ini dilakukan observasi kepada perusahaan Nava *Rent Car* dan wawancara kepada pemilik dan beberapa orang yang telah memiliki pengalaman rental. Hal-hal yang dikumpulkan dari observasi dan wawancara akan dibuat sebuah *empathy map* yang akan digunakan untuk mengamati kebutuhan-kebutuhan pengguna. Wawancara ini juga dilakukan untuk memperoleh sebanyak-banyaknya informasi terkait apa saja kebutuhan pengguna dan informasi apa saja yang ingin ditampilkan pada *website* Nava *Rent Car*.

Tahapan Define

Hasil observasi dan wawancara yang didapatkan dianalisis untuk merumuskan permasalahan secara lebih spesifik. Setiap permasalahan yang ditemukan akan diidentifikasi dan dicari solusinya melalui proses pendefinisian. Berdasarkan hasil dari wawancara, informasi yang diberikan perusahaan *Nava Rent Car* kepada pelanggan masih belum jelas dan informatif, dikarenakan metode yang digunakan masih berupa lisan. Hasil dari tahap ini kemudian divisualisasikan dalam bentuk *User Persona*. Berikut merupakan *user persona* yang dibuat.

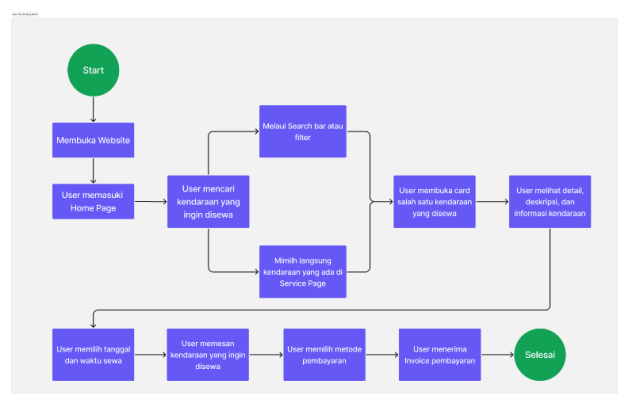


Gambar 1. *User Persona*.

User persona ini memiliki latar belakang dalam memanfaatkan jasa sewa mobil untuk keperluan liburan maupun pribadi. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah sulitnya mencari mobil yang tersedia serta kurangnya informasi yang disediakan oleh jasa penyewaan mobil. Pengguna cenderung memilih layanan yang *user-friendly*, memberikan banyak informasi, dan menawarkan akses yang jelas terhadap berbagai pilihan kendaraan.

Tahapan Ideate

Pada tahap *ideate* ini penulis menghasilkan gagasan, ide, dan sebagai landasan dalam membuat desain yang akan dibuat. Elemen penting dalam tahap ini adalah pembuatan *user flow*, berguna untuk menggambarkan sebuah alur interaksi pengguna dalam menggunakan layanan atau fitur yang dirancang.



Gambar 2. *User Flow*.

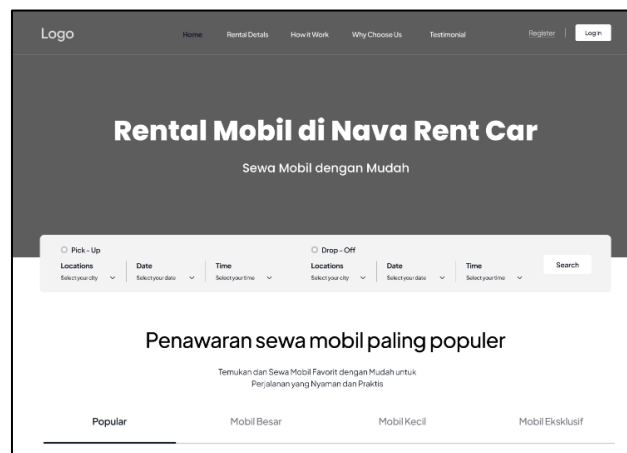
User flow dirancang untuk memperlihatkan perjalanan pengguna dalam menggunakan *website*, yang mencakup aktivitas pencarian mobil, peninjauan informasi detail, penyelesaian pembayaran, serta konfirmasi detail pesanan yang telah dilakukan.

Tahapan Prototype

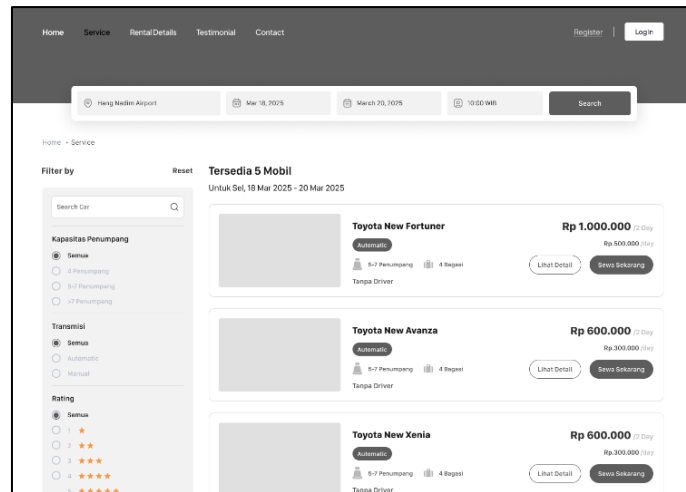
Pada tahap ini dibuatkan visualisasi dari data yang didapatkan. Tahap ini dimulai dari membuat *low-fidelity wireframe*, dan kemudian dilanjutkan dengan pembuatan *high-fidelity wireframe*.

Low-Fidelity Wireframe

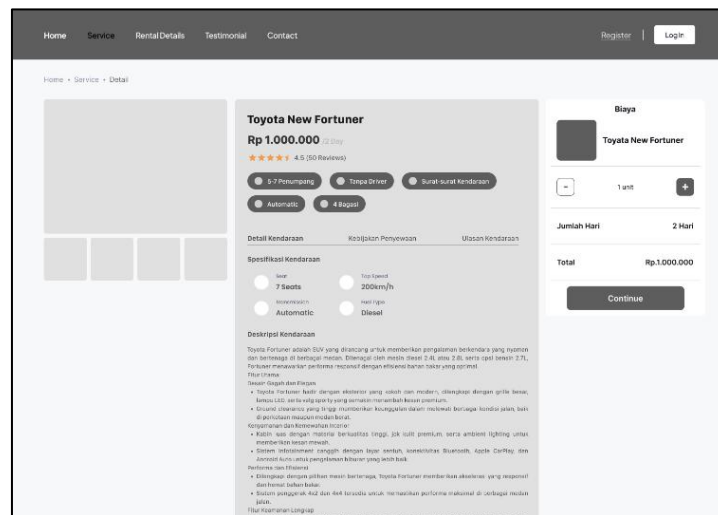
Low-fidelity wireframe merupakan kerangka awal dalam proses perancangan antarmuka sebelum desain akhir aplikasi dibuat. Pada tahap ini, *wireframe* disusun berdasarkan hasil analisis dari tahapan *Empathize* hingga *Define*, sehingga mampu mengidentifikasi berbagai kebutuhan pengguna secara lebih mendalam. Tujuan atau peran utamanya adalah sebagai arahan awal atau gambaran singkat yang berupa garis besar struktural tata letak, urutan navigasi, serta hubungan dan elemen dasar yang akan ada dalam membentuk gambaran dari *website* yang akan direncanakan. Berikut adalah *wireframe* desain rental mobil. Berikut ini adalah rancangan *low-fidelity wireframe* pada *website* rental mobil:



Gambar 3. *Low-fidelity Wireframe* Halaman Home.



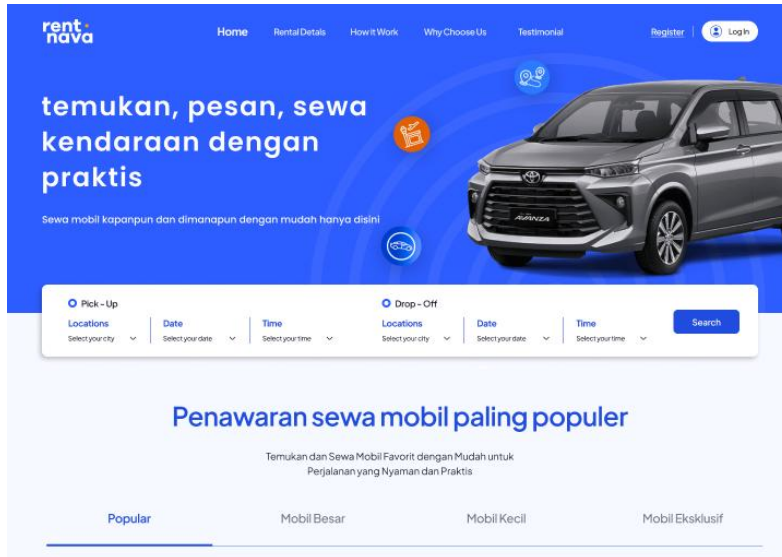
Gambar 4. *Low-fidelity Wireframe Halaman Pencarian.*



Gambar 5. *Low-fidelity Wireframe Halaman Detail Mobil.*

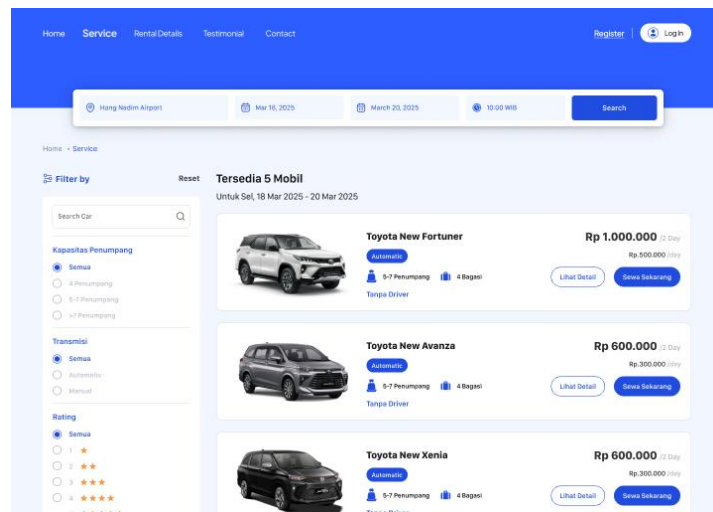
High-Fidelity Wireframe

High-fidelity wireframe merupakan versi lebih detail dari *low-fidelity wireframe* yang telah dibuat sebelumnya. Elemen visual seperti warna, ikon, dan ilustrasi divisualisasikan untuk memberikan tampilan yang memudahkan pengguna dan membuatnya lebih menarik. Hasilnya digunakan untuk menggambarkan alur penggunaan website dengan lebih akurat. *High-fidelity wireframe* berfungsi menggambarkan rangkaian tugas dan alur dalam aplikasi dengan lebih akurat. Berikut ini merupakan tampilan *high-fidelity wireframe* dari aplikasi rental mobil berbasis web.



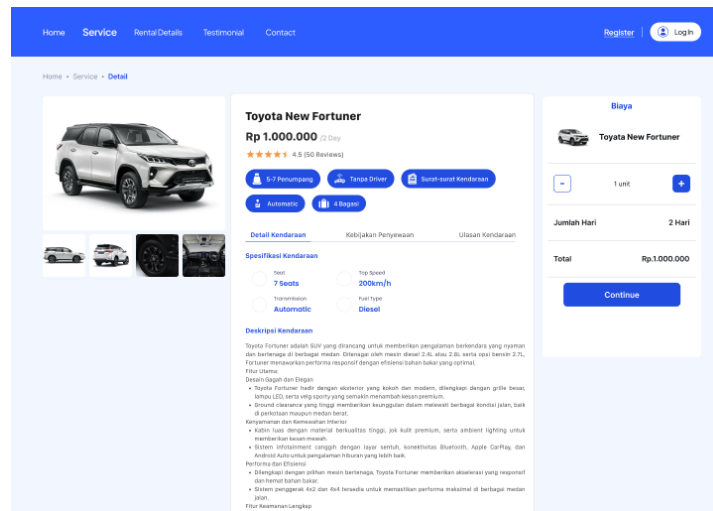
Gambar 6. High-fidelity Wireframe Halaman Home.

Pada halaman home di desain semudah mungkin sehingga pengguna dapat menggunakan website ini dengan mudah. Ikon pada tampilan disesuaikan dengan pemahaman semua masyarakat untuk menghindari dugaan yang berat ketika pengguna melihat banyak ikon pada satu laman.



Gambar 7. High-fidelity Wireframe Halaman Pencarian.

Pada halaman pencarian didesain seinformatif mungkin sehingga pengguna memahami informasi yang disampaikan dengan cepat. Penggunaan fitur pada halaman ini disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, yang bertujuan agar pengguna dapat mencari kendaraan yang ingin mereka sewa



Gambar 8. *High-fidelity Wireframe* Halaman Detail Mobil.

Pada halaman detail mobil akan menampilkan informasi mengenai mobil yang akan disewa. Informasi yang ditampilkan yaitu spesifikasi dari kendaraan, deskripsi kendaraan, dan gambar dari kendaraan yang ingin disewakan

Tahapan Testing

Tahap testing menjadi langkah penutup dalam metode Design Thinking untuk mengevaluasi prototipe yang dikembangkan. Pengujian melibatkan pemilik Nava Rent Car, praktisi UI, serta masyarakat sebagai target pengguna, dengan cara membagikan tautan prototipe dan mengumpulkan penilaian mereka. Umpan balik yang diperoleh mayoritas bernada positif, menegaskan bahwa desain antarmuka mampu menjawab kebutuhan pengguna.

Hasil uji kelayakan menunjukkan tanggapan positif dari target audiens. Diharapkan temuan ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan aplikasi ke versi final. Selain itu, aplikasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan menghadirkan solusi yang optimal, termasuk melalui desain antarmuka pengguna (UI) yang intuitif, menarik, dan fungsional.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil perancangan desain *website* Nava Rent Car menunjukkan bahwa antarmuka pengguna (UI) telah dikembangkan sesuai dengan konsep yang dirancang. Dengan menerapkan pendekatan *design thinking*, desain ini diharapkan dapat menjadi solusi efektif terhadap permasalahan yang dihadapi pengguna, sekaligus meningkatkan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan.

Selain itu, rancangan antarmuka ini yang bisa memperkuat identitas brand dengan menampilkan citra perusahaan yang profesional serta mudah digunakan. Dari website ini diharapkan dapat mendukung strategi perusahaan dalam meningkatkan kenyamanan, serta terciptanya sistem digital terintegrasi di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Alviano, M., Trimarsiah, Y., & Suryanto. (2023). Perancangan aplikasi penjualan berbasis web pada perusahaan dagang Dendis Production menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Ilmiah Komputer (JIK)*, 14.
- Apiary Academy. (2024, June 30). Apa itu empathy mapping dan kegunaannya? *Apiary Academy*. <https://academy.apiary.id/blog/apa-itu-empathy-mapping-dan-kegunaannya>
- Dzulfikar, M. Z. (2024). *Belajar UI/UX otodidak* (R. A. Putri & R. A., Eds.; 1st ed.). Makassar: PT. Nas Media Indonesia.
- Febrianto, F., & Andhika, W. (2021). Penggunaan metode user persona dalam upaya penambahan kebutuhan fitur learning management system. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(7), 1245–1256. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i7.274>
- Haidar, A. Z. (2024). The role of visual design in building brand image to increase consumer loyalty in the digital era. *Side: Scientific Development Journal*, 1(2), 49–53.
- Haryoko, S. (n.d.). Penerapan sistem human computer interaction (HCI) pada website e-learning.
- Jamilah, Y. S., & Padmasari, A. C. (2022). Perancangan user interface dan user experience aplikasi Say.Co. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 73–78.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Mootee, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation* (pp. 1–204). Wiley.
- Pressman, A. (2019). *Design thinking: A guide to creative problem solving for everyone*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315561936>
- Prasetya, A. F., Sintia, S., & Putri, U. L. D. (2022). Perancangan aplikasi rental mobil menggunakan diagram UML (Unified Modelling Language). *Jurnal Ilmiah Komputer Terapan dan Informasi*, 1(1), 14–18.
- Ramadya, I. A., Wijoyo, S. H., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Perancangan user experience pada situs web Rumah Sakit Umum Asri Purwakarta dengan menggunakan metode Human Centered Design (HCD) dan User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(3), 1196–1207.

- Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022). Penerapan metode design thinking pada perancangan website UMKM Kirihuci. *Visualita*, 10(2). <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing* (7th ed.). Pearson.
- Subagia, R. (2020). Sistem informasi rental mobil berbasis web. *Jurnal Perangkat Lunak*, 2(2), 94–100. <https://doi.org/10.32520/jupel.v2i3.1113>
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan strategi pemasaran dengan analisis SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan sepatu Adidas di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43–56. <https://doi.org/10.31000/jim.v6i1.4117>
- Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan website bisnis Thrifdoor menggunakan metode pendekatan design thinking. *Automata*, 1(2).
- Yuhefizar. (2008). *10 jam menguasai internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yulianto, A., & Putri, I. G. A. A. A. (2024). Semiotic analysis of Twitter logo change to logo X: User interface (UI) design and user psychological perspectives. *Brilliance: Research of Artificial Intelligence*, 4(1), 237–244. <https://doi.org/10.47709/brilliance.v4i1.4037>
- Yulianto, A., Gunawan, D. K., Putri, I. G. A. A. A., Keban, K. K., & Khaer, A. F. D. (2024). Analysis UI website design based on local wisdom visual for green economy education on Javara website. *Brilliance: Research of Artificial Intelligence*, 4(2), 948–955. <https://doi.org/10.47709/brilliance.v4i2.5375>