

Perancangan *UI/UX* Aplikasi Web Eyang Mami Menggunakan Metode *Design Thinking*

Abrita Wati¹, Nuryadi²

^{1,2} Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Januari 3, 2026

Revised Januari 8, 2026

Accepted Januari 19, 2026

Kata Kunci:

Antarmuka Pengguna,
Pengalaman Pengguna,
Website Aplikasi,
Design Thinking,
Usaha Kuliner

Keywords:

User Interface,
User Experience,
Website Application,
Design Thinking,
Culinary Business

ABSTRAK

Keterbatasan media digital yang terstruktur menjadi permasalahan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah sektor kuliner dalam menyampaikan informasi dan melayani pemesanan secara efektif. Eyang Mami sebagai usaha kuliner Nusantara di Jakarta Selatan masih mengandalkan media sosial dan komunikasi manual, sehingga informasi menu, fasilitas, dan alur pemesanan belum tersaji secara jelas dan konsisten. Penelitian ini bertujuan merancang antarmuka dan pengalaman pengguna aplikasi web Eyang Mami sebagai media informasi, promosi, dan pemesanan dengan menggunakan metode design thinking. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi literatur untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan pengguna. Proses perancangan meliputi tahap empati, perumusan masalah, pengembangan ide, pembuatan prototipe, dan pengujian desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan aplikasi web mampu meningkatkan kemudahan akses informasi, memperbaiki alur pemesanan, serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan konsisten. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode design thinking efektif dalam menghasilkan rancangan aplikasi web yang berorientasi pada pengguna dan mendukung penguatan media digital bagi usaha kuliner.

ABSTRACT

The lack of structured digital media presents challenges for culinary micro and small enterprises in delivering information and managing ordering services effectively. Eyang Mami, a Nusantara culinary business in South Jakarta, still relies on social media and manual communication, resulting in unclear and inconsistent presentation of menu information, facilities, and ordering processes. This study aims to design the user interface and user experience of the Eyang Mami website application as a medium for information, promotion, and ordering using the design thinking method. A qualitative approach was employed through interviews, observations, and literature studies to identify user needs and problems. The design process consisted of empathy, problem definition, idea development, prototyping, and design testing. The results indicate that the proposed website application design improves information accessibility, optimizes the ordering flow, and enhances overall user experience. This study concludes that the application of the design thinking method is effective in producing a user-centered website application design that supports digital media development for culinary enterprises.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Abrita Wati
Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jakarta, Indonesia
Email: abritawati23@student.esaunggul.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dinamika dunia bisnis, termasuk pada sektor kuliner. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan platform daring tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media penyampaian informasi yang sistematis, terstruktur, dan mudah diakses oleh konsumen. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan terbentuknya model bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen serta meningkatkan efisiensi operasional usaha [1], [2].

Di Indonesia, adopsi teknologi digital oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan. Studi yang dilakukan oleh Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) mencatat bahwa 34,25% UMKM telah memanfaatkan aplikasi digital, seperti media sosial dan e-commerce, sebagai sarana utama dalam aktivitas penjualan [3]. Lebih lanjut, digitalisasi terbukti memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha, di mana 88,37% UMKM kategori offline-online mengalami peningkatan omzet rata-rata dalam satu tahun setelah digitalisasi, bahkan 66,28% di antaranya mencatat kenaikan omzet hingga 50% [3]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Wilayah Jakarta Selatan menjadi salah satu pusat aktivitas usaha mikro dan kecil di Provinsi DKI Jakarta. Berdasarkan laporan Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi DKI Jakarta Tahun 2023, Jakarta Selatan memiliki sekitar 19,38% dari total 79.992 unit industri mikro dan kecil di DKI Jakarta [4]. Sektor industri makanan (KBLI 10) mendominasi dengan kontribusi sebesar 62,71% dari keseluruhan industri mikro dan kecil di wilayah tersebut [4]. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Meskipun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam pengembangan dan pengelolaan sistem digital, khususnya website atau aplikasi yang kompatibel dengan berbagai perangkat pengguna [5]. Keterbatasan ini menyebabkan banyak UMKM belum mampu menyajikan informasi usaha secara optimal melalui media digital.

Aplikasi berbasis web (web application atau WebApp) menjadi salah satu solusi yang relevan dalam menjawab permasalahan tersebut. WebApp memungkinkan penyajian informasi secara real-time serta memberikan pengalaman pengguna yang interaktif dan responsif tanpa memerlukan proses instalasi. Menurut ScienceDirect Topics, aplikasi web merupakan perangkat lunak yang dijalankan melalui peramban dan diakses secara daring melalui jaringan internet atau intranet, sehingga lebih fleksibel dan mudah diakses oleh pengguna [6].

Eyang Mami merupakan UMKM kuliner khas Nusantara yang berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di kawasan Jakarta Selatan. Usaha ini menyajikan berbagai hidangan khas Makassar dan Surabaya serta didukung dengan fasilitas penunjang untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Namun, hingga saat ini Eyang Mami masih mengandalkan kunjungan langsung, promosi melalui media sosial yang belum dikelola secara optimal, serta pemesanan melalui aplikasi pesan instan. Informasi mengenai menu, fasilitas, dan layanan belum tersaji secara terstruktur melalui media digital, sehingga berdampak pada keterbatasan daya saing dan citra profesional usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan user interface dan user experience (UI/UX) aplikasi web dengan pendekatan design thinking sebagai solusi strategis. Pendekatan ini berfokus pada kebutuhan pengguna dan diharapkan mampu menghasilkan WebApp yang informatif, mudah digunakan, dan relevan bagi konsumen. Kontribusi penelitian ini terletak pada penerapan metode design thinking dalam perancangan UI/UX WebApp sebagai media informasi dan pemesanan bagi UMKM kuliner, khususnya Eyang Mami, guna mendukung transformasi digital dan peningkatan daya saing usaha.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode perancangan berbasis *design thinking*. Metode ini dipilih karena mampu menggali kebutuhan pengguna secara mendalam serta menghasilkan solusi desain yang berorientasi pada pengalaman pengguna [7], [8]. Proses penelitian disusun secara kronologis, dimulai dari pengumpulan data, analisis permasalahan, perancangan UI/UX, hingga pengujian desain untuk memperoleh umpan balik dari pengguna [7]. Tahapan penelitian mengikuti alur metode *design thinking* yang terdiri dari beberapa tahap utama sebagai berikut.

1. Empathize

Tahap *empathize* bertujuan memahami kebutuhan, perilaku, dan permasalahan pengguna. Pada tahap ini dilakukan wawancara dengan pemilik usaha dan calon pengguna, serta observasi terhadap media promosi dan sistem pemesanan yang digunakan saat ini.

2. Define

Data yang diperoleh dianalisis untuk merumuskan permasalahan utama. Hasil analisis menunjukkan bahwa Eyang Mami membutuhkan media digital yang mampu menyajikan informasi menu, fasilitas, dan pemesanan secara terstruktur serta mudah digunakan.

3. Ideate

Tahap ideate menghasilkan gagasan solusi berupa aplikasi web dengan fokus pada kemudahan navigasi, kejelasan informasi, dan tampilan visual yang mencerminkan identitas kuliner Nusantara. Perancangan struktur informasi dan alur pengguna dilakukan pada tahap ini.

4. Prototype

Solusi desain diwujudkan dalam bentuk *wireframe* dan *prototype* interaktif menggunakan aplikasi Figma. Prototipe mencakup halaman beranda, menu makanan dan minuman, detail produk, pemesanan, dan profil usaha..

5. Test

Tahap *test* dilakukan melalui usability testing untuk mengevaluasi kemudahan penggunaan, tampilan visual, serta alur pemesanan pada prototipe aplikasi web. Hasil pengujian digunakan sebagai dasar evaluasi dan penyempurnaan desain.

Metode pengukuran yang digunakan dalam *usability testing* adalah *System Usability Scale* (SUS). SUS merupakan metode evaluasi usability yang dikembangkan oleh Brooke untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem secara cepat dan efisien [8]. Metode ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari sepuluh pernyataan standar dengan skala Likert lima tingkat, yang disusun secara bergantian antara pernyataan positif dan negatif untuk mengurangi bias responden [9]. Skor SUS dihitung berdasarkan aturan konversi tertentu dan menghasilkan nilai akhir dalam rentang 0–100, di mana skor di atas 68 menunjukkan tingkat usability di atas rata-rata [10]. Karena bersifat sederhana, reliabel, dan fleksibel, SUS banyak digunakan dalam penelitian UI/UX untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap usability antarmuka sistem digital [11].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode design thinking pada perancangan UI/UX aplikasi web Eyang Mami menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan pemilik usaha. Prototipe aplikasi web yang dihasilkan memiliki struktur informasi dan alur pemesanan yang mudah dipahami, serta konsep visual yang mampu merepresentasikan identitas kuliner Nusantara dengan pendekatan modern. Hasil pengujian pengguna dan wawancara dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa rancangan UI/UX dinilai efektif dalam meningkatkan pengalaman pengguna, memperjelas penyampaian informasi, serta mendukung kegiatan promosi dan pemesanan pada UMKM kuliner.

3.2 Pembahasan

3.2.1 *Emphatize*

Pada tahap *emphatize* bertujuan untuk memahami pengguna secara mendalam, termasuk kebutuhan, perilaku, pengalaman, dan permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini, peneliti berupaya melihat permasalahan dari sudut pandang pemilik usaha dan pengguna melalui observasi, wawancara, dan interaksi langsung. *Empathize* berfungsi sebagai dasar untuk menghasilkan solusi yang relevan karena keputusan desain tidak didasarkan pada asumsi, melainkan pada pemahaman nyata terhadap pengguna.



Gambar 1. Survei Lokasi & Observasi

Tabel 1. Ringkasan Hasil Wawancara Semi-Terstruktur dengan Pemilik Resto Eyang Mami

No.	Fokus Wawancara	Ringkasan Temuan
1	Sejarah pendirian usaha	Eyang Mami mulai beroperasi sekitar tahun 2019–2020 sebagai usaha kuliner skala kecil yang kemudian berkembang mengikuti potensi pasar.
2	Perkembangan fisik usaha	Usaha mengalami transformasi dari dua stan sederhana menjadi area usaha yang lebih luas dan tertata, menyesuaikan dengan peningkatan jumlah pengunjung.
3	Segmentasi pengunjung	Target pengunjung mencakup seluruh kelompok usia, mulai dari generasi muda hingga usia lanjut, tanpa segmentasi usia yang spesifik.
4	Pola kunjungan	Karakteristik pengunjung bervariasi berdasarkan waktu kunjungan, dengan perbedaan pola pada pagi, siang, sore, dan malam hari.
5	Lingkungan dan fasilitas pendukung	Lokasi usaha didukung oleh lingkungan sekitar seperti perkantoran, apartemen, hotel, dan fasilitas olahraga yang berkontribusi terhadap tingginya mobilitas pengunjung.
6	Sistem pemasaran	Pemasaran mengandalkan kunjungan langsung dari orang yang beraktivitas di sekitar lokasi, seperti pekerja kantoran, penghuni apartemen, tamu hotel & orang yang berolahraga. Pemanfaatan Instagram belum optimal.
7	Konsep dan jenis kuliner	Eyang Mami mengusung konsep kuliner Nusantara dengan spesialisasi masakan khas Makassar dan Surabaya.
8	Fasilitas pendukung komunitas	Usaha menyediakan fasilitas untuk kegiatan komunitas, seperti nonton bareng dan acara pertemuan kelompok.
9	Jam operasional	Eyang Mami beroperasi setiap hari mulai pukul 10.00 hingga 24.00.
10	Penyesuaian jam operasional	Pada hari tertentu, khususnya malam akhir pekan, jam operasional diperpanjang hingga pukul 01.00 dini hari.

Hasil wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa Eyang Mami memiliki karakteristik usaha yang dinamis dengan variasi pengunjung dan aktivitas yang tinggi. Informasi ini menjadi dasar dalam tahap *empathize* khususnya dalam merancang struktur informasi, alur pengguna, serta fitur aplikasi web yang sesuai dengan kebutuhan usaha dan karakteristik konsumen.

3.2.2 Define

Tahap *define* dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara dan observasi untuk merumuskan permasalahan utama yaitu: “*Bagaimana perancangan UI/UX aplikasi web Eyang Mami agar dapat berfungsi secara efektif sebagai media informasi dan promosi kuliner Nusantara?*”

Tabel 2. Kebutuhan Fitur aplikasi web Eyang Mami

No.	Fitur	Kebutuhan
1	Informasi Profil dan Sejarah Usaha	Membangun kredibilitas dan citra usaha
2	Informasi Menu Kuliner	Menyajikan informasi produk secara jelas
3	Visual Elemen & Foto Produk	Meningkatkan daya tarik dan minat pengguna
4	Navigasi dan Struktur Informasi	Mempermudah akses informasi bagi pengguna
5	Informasi Lokasi	Mendukung keputusan kunjungan langsung.
6	Promosi	Memperluas jangkauan promosi.
7	Pemesanan & Pembayaran	Meningkatkan efektivitas layanan
8	Fasilitas & Jam operasional	Menarik segmen komunitas dan Mengurangi ketidakpastian pengguna

3.2.3 Ideate

Pada tahap ini, solusi yang diusulkan berupa konsep visual perancangan UI/UX aplikasi web Eyang Mami yang difokuskan pada kejelasan penyampaian informasi dan penguatan identitas visual kuliner Nusantara. Dengan konsep sebagai berikut:

1. Logo

Logo Eyang Mami merepresentasikan identitas brand kuliner Nusantara yang berakar pada nilai kehangatan keluarga dan nostalgia masakan rumahan. Nama “Eyang Mami” berfungsi sebagai simbol emosional yang menghadirkan kesan keakraban dan kenyamanan, sehingga memperkuat pengalaman bersantap layaknya di rumah sendiri.



Gambar 2. Logo Eyang Mami

2. Warna

Pemilihan warna pada aplikasi web Eyang Mami mengadaptasi identitas visual brand, yaitu Kuning (F9E200) dan *Cobalt Blue* (073E6C). Warna kuning merepresentasikan kehangatan dan nuansa ramah kuliner Nusantara, sedangkan cobalt blue melambangkan kepercayaan dan kredibilitas. Perpaduan kedua warna tersebut menciptakan keseimbangan visual yang mendukung kesan modern sekaligus memperkuat identitas brand.



Gambar 3. Warna

3. Elemen Visual

Elemen visual aplikasi web Eyang Mami mengintegrasikan motif Batik Kembang Bungur dari Surabaya dan Aksara Lontara dari Makassar sebagai representasi identitas kuliner Nusantara. Perpaduan kedua ornamen tersebut bertujuan menghadirkan tampilan yang estetis, bermakna, dan konsisten dengan citra Eyang Mami sebagai restoran yang memadukan nilai tradisional dan modern.



Gambar 4. Elemen Visual

4. Image

Gambar menggunakan pendekatan fotografi yang menampilkan dokumentasi produk makanan. Konsep visual menerapkan nuansa biru yang konsisten dengan warna utama identitas merek Eyang Mami, sekaligus memberikan kontras yang jelas terhadap tampilan hidangan. Elemen visual ini tidak hanya berfungsi sebagai representasi estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi yang autentik untuk menyampaikan kualitas makanan.



Gambar 5. Fotografi

5. Wireframe

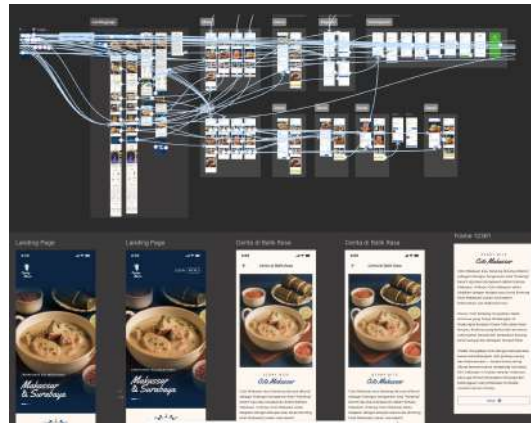
Wireframe sebagai kerangka awal perancangan aplikasi web Eyang Mami untuk memvisualisasikan tata letak antarmuka, hierarki informasi, dan alur navigasi sebelum pengembangan prototipe *high-fidelity*. Melalui *wireframe*, perancangan struktur konten dan fungsi utama dapat dievaluasi lebih awal sehingga meminimalkan kesalahan desain dan memastikan kejelasan informasi serta kemudahan penggunaan bagi pengguna.



Gambar 6. Wireframe

3.2.4 Prototype

Prototipe aplikasi web Eyang Mami menggunakan tingkat fidelitas tinggi (*high-fidelity prototype*). Prototipe ini dirancang secara visual dan interaktif untuk merepresentasikan struktur informasi, alur pengguna, serta konsep visual yang mencerminkan identitas kuliner Nusantara. Prototipe *high-fidelity* digunakan sebagai media evaluasi pada tahap *testing* guna menguji kemudahan penggunaan dan persepsi pengguna terhadap rancangan UI/UX yang diusulkan.



Gambar 7. Prototipe

3.2.5 Test

Pengujian (*test*) dilakukan pada prototipe *high-fidelity* aplikasi web Eyang Mami dengan melibatkan 21 responden untuk mengevaluasi tingkat usability dan kemudahan penggunaan antarmuka. Metode **System Usability Scale (SUS)** digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap pengalaman penggunaan, dengan hasil pengujian disajikan pada Tabel X.

Tabel 3. Hasil Pengujian Usability Menggunakan *System Usability Scale* (SUS) (n = 21)

Ska Skor: 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Netral 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju		
No.	Pernyataan	Rata-rata Skor
1	Saya berpikir aplikasi web Eyang Mami mudah digunakan	4,6
2	Saya membutuhkan bantuan teknis untuk menggunakan aplikasi web ini	1,8
3	Saya merasa percaya diri saat menggunakan aplikasi web ini	4,7
4	Saya membutuhkan banyak waktu untuk mempelajari cara menggunakan aplikasi web ini	1,9
5	Fitur-fitur dalam aplikasi web Eyang Mami terintegrasi dengan baik	4,8
6	Saya sering merasa bingung saat menggunakan aplikasi web ini	1,7
7	Sebagian besar orang akan cepat memahami cara menggunakan aplikasi web ini	4,6
8	Aplikasi web ini terasa tidak praktis digunakan	1,6
9	Tampilan dan tata letak aplikasi web ini nyaman digunakan	4,5
10	Saya tidak akan merekomendasikan aplikasi web ini kepada orang lain	1,9
Skor SUS Rata-rata (× 2,5)		88,0
Kategori Usability		Sangat Baik

Konversi Perhitungan skor *System Usability Scale* (SUS) dilakukan dengan mengonversi jawaban responden pada sepuluh pernyataan standar. Untuk pernyataan bernomor ganjil (1, 3, 5, 7, 9), skor diperoleh dengan mengurangi nilai jawaban responden dengan angka 1. Sementara itu, untuk pernyataan bernomor genap (2, 4, 6, 8, 10), skor diperoleh dengan mengurangkan nilai jawaban responden dari angka 5. Seluruh skor hasil konversi kemudian dijumlahkan dan dikalikan dengan faktor 2,5 sehingga menghasilkan skor akhir SUS dalam rentang 0–100. Skor ini merepresentasikan tingkat usability sistem

secara keseluruhan, di mana semakin tinggi skor menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan yang semakin baik.

Interpretasi Skor SUS

1. 0–49 : Usability sangat buruk
2. 50–69 : Usability cukup baik
3. 70–80 : Usability baik
4. 81–100 : Usability sangat baik

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang UI/UX aplikasi web Eyang Mami agar dapat berfungsi secara efektif sebagai media informasi dan promosi kuliner Nusantara, sebagaimana dirumuskan pada bagian pendahuluan. Berdasarkan hasil perancangan dan pengujian yang telah dilakukan, tujuan penelitian tersebut dapat tercapai, ditunjukkan melalui rancangan aplikasi web yang mampu menyajikan informasi secara jelas, memiliki alur pengguna yang mudah dipahami, serta menampilkan identitas visual kuliner Nusantara secara konsisten. Hasil pengujian usability menggunakan *System Usability Scale* (SUS) juga menunjukkan bahwa aplikasi web memiliki tingkat usability sangat baik, sehingga mendukung kesesuaian antara tujuan penelitian dan hasil yang diperoleh.

Ke depan, hasil penelitian ini berpotensi dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan fitur interaktif, seperti sistem pemesanan terintegrasi dan manajemen konten promosi yang lebih dinamis. Selain itu, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan melibatkan jumlah responden yang lebih besar, pengujian pada versi aplikasi yang telah diimplementasikan, serta penggunaan metode evaluasi usability lain untuk memperoleh analisis yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- [1] T. R. Eisenmann, *Internet Business Models: Text and Cases*. Boston, MA, USA: Irwin/McGraw-Hill, 2000.
- [2] E. M. Rogers, D. L. Singhal, dan M. M. Quinlan, “Diffusion of innovations,” dalam *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, Edisi ke-3, M. B. Salwen, D. W. Stacks, dan K. C. Eichhorn, Eds. New York, NY, USA: Routledge, 2019, hlm. 415–433.
- [3] Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), *Transformasi Digital UMKM di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: INDEF, 2023.
- [4] Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi DKI Jakarta 2023*. Jakarta, Indonesia: BPS Provinsi DKI Jakarta, 2023.
- [5] I. M. Arimbawa, R. Riandi, dan S. Alam, “Tantangan adopsi teknologi digital pada UMKM berbasis seluler,” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 9, no. 2, hlm. 123–131, 2023.
- [6] ScienceDirect Topics, “Web application,” Elsevier
- [7] T. Brown, *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York, NY, USA: Harper Business, 2009.
- [8] J. Brooke, “SUS: A Quick and Dirty Usability Scale,” dalam *Usability Evaluation in Industry*, P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester, dan I. L. McClelland, Eds. London: Taylor & Francis, 1996, pp. 189–194.
- [9] A. Bangor, P. Kortum, and J. Miller, “An empirical evaluation of the system usability scale,” *Int. J. Human–Computer Interaction*, vol. 24, no. 6, pp. 574–594, Aug. 2008, doi: 10.1080/10447310802205776.
- [10] J. Sauro and J. R. Lewis, *Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research*, 2nd ed. Boston, MA, USA: Morgan Kaufmann, 2016.
- [11] J. Nielsen, “Usability Testing,” *Usability Engineering*. San Francisco: Morgan Kaufmann, 1994.