

Magang Bersertifikat: UX Designer Pada PT. Global Tiket Network

Tony Wibowo¹, Vivien Christy Apriyanti²

Universitas Internasional Batam

e-mail : tony.wibowo@uib.edu¹, 2031081.vivien@uib.edu²

Abstrak

PT. Global Tiket Network (tiket.com) merupakan salah satu pionir *Online Travel Agent* (OTA) di Indonesia yang tentunya menyadari bahwa kualitas desain mempengaruhi performa bisnis. Maka dari itu, tiket.com selalu mengembangkan kualitas desain dari aplikasi maupun website-nya. Sebagai pemegang di PT. Global Tiket Network, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan salah satu area desain di produk Hotel. Dengan adanya begitu banyak pilihan yang tersedia pada *Search Result Page* (halaman hasil pencarian), pengguna cenderung mengalami *choice overload* yang berujung pada *analysis paralysis*. Hal ini membuat pengguna sulit untuk menentukan hotel pilihannya. Oleh karena itu, penulis sebagai pemegang UX Designer merancang desain UI/UX aplikasi tiket.com yang dapat menjadi solusi dari permasalahan tersebut, yaitu *Personalized Search Result Page*. Penulis merancang desain aplikasi dengan metode *Design Thinking*, menggunakan tool Figma. Meskipun tidak dapat diuji langsung kepada pengguna, hasil dari desain yang telah dirancang mendapatkan respon positif dari para *Senior Designer*.

Abstract

PT. Global Tiket Network (tiket.com) is one of the pioneers of *Online Travel Agent* (OTA) in Indonesia that is certainly aware that the quality of design affects business performance. Therefore, tiket.com always improves the design quality of its applications and websites. As an intern at PT. Global Tiket Network, the author had the opportunity to develop a design area in hotel products. With so many choices available on the *Search Result Page*, users tend to experience *choice overload* which leads to *analysis paralysis*. This makes it difficult for users to determine their preferred hotel. Therefore, the author as a UX Designer intern designed a UI/UX design of tiket.com application that could be a solution to this problem, namely the *Personalized Search Result Page*. The author designed the application design using the *Design Thinking* method, using the Figma tool. Even though it cannot be tested directly on users, the results of the designs that have been designed get a positive response from the *Senior Designers*.

Keywords: UI/UX Design, PT. Global Tiket Network, Design Thinking

Pendahuluan

Program MBKM (Merdeka Belajar-Kampus Merdeka) merupakan program Kemendikbud Ristek (Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia) yang ditujukan untuk mendorong mahasiswa Indonesia untuk mengembangkan diri dan menguasai ilmu sebagai bekal memasuki dunia kerja (Meke et al., 2021). Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memiliki pengalaman di

luar kegiatan perkuliahan, tetapi tetap diakui sebagai bagian dari perkuliahan. Melalui MBKM, para mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan *hard skill* maupun *soft skill* yang dimilikinya. Berikut merupakan program-program MBKM yang ditawarkan; Magang Bersertifikat, Pertukaran Mahasiswa Merdeka, Kampus Mengajar, dan Studi Proyek Independen Bersertifikat.

Penulis mengikuti program Magang Bersertifikat sebagai UX Designer di PT.

Global Tiket Network selama 4,5 bulan, mulai dari bulan Agustus sampai Desember 2022. Kegiatan Magang Bersertifikat ini bertujuan agar para mahasiswa dapat mengembangkan serta mempraktekkan apa yang sudah dipelajari selama perkuliahan ke dalam dunia kerja. Dengan pengalaman Magang Bersertifikat, para mahasiswa juga ditujukan untuk dapat mengetahui bagaimana dunia industri bekerja, serta memiliki bekal saat lulus kuliah dan akan bekerja nantinya.

PT. Global Tiket Network (tiket.com) merupakan salah satu pionir *Online Travel Agent* (OTA) di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2011. Pada tahun 2017, tiket.com berafiliasi dengan Blibli dan pada tahun 2021 menjadi anak perusahaan terkonsolidasi dari Blibli. *Online Travel Agent* (OTA) adalah perusahaan penjualan produk *travel* yang berbasis pada *business to customer* (B2C). B2C sendiri adalah salah satu dari jenis transaksi bisnis pada toko *online* (*e-commerce*), yaitu transaksi antara perusahaan dan konsumen (Wijayanto Aripadono et al., 2022). Tiket.com merupakan perusahaan yang berfokus pada website dan aplikasi *mobile* yang dilengkapi fitur *online booking* dan *ticketing*. Saat ini, tiket.com menawarkan tiket penerbangan, kereta api, akomodasi, sewa mobil, *event* dan atraksi, hingga kebutuhan perjalanan lainnya. Misi tiket.com adalah mengakomodasi akses *online travel booking* terbaik melalui *website* dan aplikasi *mobile*.

Untuk merespon minat para mahasiswa untuk meraih pengalaman di luar perkuliahan, tiket.com sebagai mitra ingin berkontribusi dengan membuat program magang terintegrasi yang bertujuan untuk membentuk generasi penerus bangsa yang disebut *The Internirary*. Hal tersebut dilakukan untuk menjembatani kebutuhan industri dan ketersediaan bidang akademik. Tiket.com memberikan kesempatan bagi para mahasiswa dengan menyediakan banyak posisi di berbagai direktorat. Beberapa

posisi yang disediakan untuk direktorat *Product Design* adalah *UX Designers*, *UX Researchers*, *UX Writers*, dan *3D Illustrators*.

Melalui program *The Internirary*, tiket.com membekali mahasiswa dengan lebih dari sekedar keterampilan teknis. Tidak hanya menyediakan kelas-kelas yang diajarkan langsung oleh pekerja yang ahli di bidangnya, tetapi para mahasiswa juga diberikan kesempatan untuk mengerjakan langsung proyek nyata yang sedang dijalankan. Selain itu, melalui adanya mentor bagi tiap pemegang, tiket.com membantu memberikan bimbingan bagi mahasiswa untuk menemukan lebih banyak tentang kemampuan mahasiswa, serta mendorong mahasiswa untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kekuatan dan kelemahan mereka.

Dengan adanya program Magang Bersertifikat ini, penulis sebagai mahasiswa dapat berkontribusi untuk mengembangkan layanannya. Maka dari itu, ruang lingkup dari kegiatan Magang Bersertifikat ini adalah:

1. Membantu PT. Global Tiket Network dalam merancang pengembangan desain aplikasi serta website dari tiket.com.
2. Rancangan desain aplikasi dan website tiket.com akan dirancang menggunakan *tool* Figma.
3. Metode yang digunakan dalam proses desain adalah *framework Design Thinking*.
4. Hasil desain yang telah dirancang akan diimplementasikan ke dalam aplikasi dan website tiket.com secara *live*.

Tujuan dari kegiatan Magang Bersertifikat adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman bekerja di dunia industri, khususnya bidang teknologi.
2. Mendapatkan ilmu terkait *UX Design* dalam proses *product development*.

3. Mendapatkan kesempatan meningkatkan *soft skill* (komunikasi, presentasi, dan lain-lain) melalui pengerjaan proyek secara berkolaborasi.
4. Menjadi pengakuan penyelesaian mata kuliah Kerja Praktek.

Manfaat dari kegiatan Magang Bersertifikat adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa: sebagai sarana mengembangkan *hard skill* di bidang *UX Design* dan juga *soft skill* sebagai bekal dunia kerja.
2. Bagi mitra: sebagai kontribusi untuk mengembangkan desain aplikasi serta website dari mitra.
3. Bagi akademisi: sebagai bahan peninjauan teori dan praktek di lapangan pekerjaan.

Masalah

Sebagai salah satu pionir *Online Travel Agent* (OTA) di Indonesia, PT. Global Tiket Network tentunya sangat memperhatikan kualitas desain dari aplikasi dan juga website tiket.com. Penelitian menunjukkan bahwa untuk dapat menciptakan dampak positif terhadap keberlangsungan penjualan dalam suatu *e-commerce*, diperlukan tampilan desain interaksi yang menarik dan menyenangkan, sehingga dapat menciptakan emosi positif pengguna (Yang et al., 2022).

Sebuah aplikasi yang baik tentunya harus menyesuaikan kebutuhan penggunaanya dalam mempertimbangkan setiap fitur dan desain interaksi yang ditampilkan. Penelitian menunjukkan bahwa salah satu alasan terbesar dari gagalnya sebuah aplikasi adalah karena aplikasi didesain tidak sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik dari penggunaanya (Angelina et al., 2022).

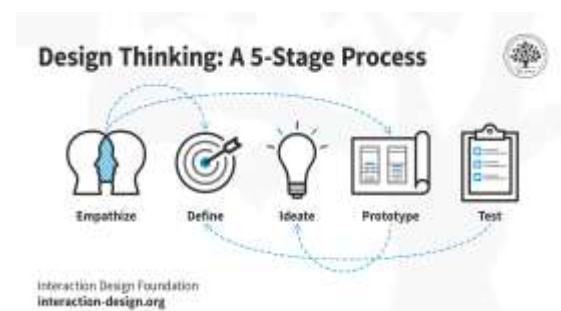
Maka dari itu, target keberhasilan dari kegiatan Magang Bersertifikat sebagai *UX Designer* di PT. Global Tiket Network ialah menghasilkan rancangan desain *User Interface* dan *User Experience* yang sesuai

dengan kebutuhan pengguna dan tentunya siap untuk dikembangkan oleh para *Developer* dan dirilis pada aplikasi serta website tiket.com. Sedangkan, luaran kegiatan yang dihasilkan selama magang menjadi *UX Designer* di PT. Global Tiket Network ialah desain *User Interface* dan *User Experience* untuk aplikasi serta website tiket.com, terkhusus di area produk Hotel. Proyek yang dikerjakan ialah *Personalized Search Result Page for Hotel*.

Dalam proses pencarian hotel, ditemukan bahwa salah satu permasalahan yang biasanya pengguna rasakan adalah kesulitan dalam memilih dan menentukan hotel yang akan dipesan. Oleh karena itu, penulis akan menemukan solusi permasalahan ini dengan desain aplikasi.

Metode

Dalam merancang proyek luaran, penulis menggunakan metode *Design Thinking*. *Design Thinking* bukanlah metode yang secara khusus digunakan oleh para *designer* saja, melainkan dapat diimplementasikan juga untuk bidang lainnya, yaitu dalam bidang literatur, seni, musik, sains, teknik bisnis, dan lainnya. Berdasarkan pengertian dari *Interaction Design*, *Design Thinking* adalah proses berulang di mana *designer* berusaha memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam upaya untuk mengidentifikasi alternatif strategi dan solusi yang mungkin tidak secara instan meruapakan sesuatu yang jelas dengan tingkat pemahaman awal kita (Dam & Teo, 2018).



Gambar 1. Proses *Design Thinking*

Terdapat lima tahapan dalam metode *Design Thinking* (Nasution & Nusa, 2021). Gambar 1 menjelaskan mengenai lima tahapan dalam metode *Design Thinking* tersebut, yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan-tahapan ini tidak harus selalu dikerjakan secara linear mulai dari *empathize* sampai *test*, melainkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dalam proyek.

Berikut ini merupakan tahapan yang penulis laksanakan dalam menghasilkan luaran berupa desain aplikasi dan website:

1. *Empathize*

Pada langkah yang pertama ini, *designer* diminta untuk berempati kepada pengguna dengan cara melakukan *user-centric research*. Dengan melakukan *user research*, tujuan utama yang ingin dicapai oleh *designer* ialah memahami pengguna, mengetahui kebutuhan mereka, serta permasalahan yang mendasari diperlukannya pengembangan produk atau layanan yang akan kita kembangkan.

2. *Define*

Pada tahap ini, *designer* akan mengumpulkan dan mengelompokkan informasi yang telah dikumpulkan selama proses berempati. Setelah itu, *designer* akan menganalisis informasi tersebut untuk menemukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Pada tahap mendefinisikan masalah yang akan diselesaikan ini, *designer* harus melakukannya dengan berpusat pada pengguna.

3. *Ideate*

Pada tahapan ini, para *designer* akan menghasilkan ide-ide solusi dari permasalahan yang telah ditemui. Dengan latar belakang yang kuat mengenai pemahaman pengguna, ide-ide yang dihasilkan berfokus untuk membantu menyelesaikan permasalahan pengguna.

4. *Prototype*

Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi kemungkinan solusi terbaik dari setiap masalah yang telah diidentifikasi selama tiga tahap pertama yang telah dilakukan. Dengan melakukan *prototyping*, tim *designer* dapat mengetahui limitasi produk dan permasalahan yang dihadapi.

5. *Test*

Setelah menyelesaikan *prototype* desain, desain yang telah dirancang tersebut akan dievaluasi untuk mengidentifikasi apakah telah sesuai untuk menjawab permasalahan yang ditemukan. Selain itu, pada tahap ini *designer* dapat mencari tahu bagaimana pendapat pengguna terhadap desain yang telah dirancang.

Pembahasan

Proses rancangan desain ini penulis kerjakan bersama rekan pemegang lainnya yang berasal dari posisi berbeda, yaitu UX Writer dan UX Researcher. Dalam proses perancangan desain aplikasi, penulis menerapkan metode *Design Thinking* yang dimulai dari proses *empathize* atau berempati terlebih dahulu. Hal yang penulis lakukan ialah mencari *research* terdahulu mengenai topik yang ditentukan yaitu personalisasi.



Gambar 2. Proses Research

Sebelum masuk ke personalisasi itu sendiri, penulis mencari tahu terlebih

dahulu bagaimana kondisi atau pengalaman pengguna dalam menggunakan mencari hotel melalui *Online Travel Agent* (OTA). Gambar 2 merupakan proses penulis dan tim dalam melakukan *desk research*. Hal-hal yang menarik akan dicantumkan dan dikelompokkan sesuai topiknya. Penulis dan tim memakai *tool* Figma untuk melakukan kolaborasi *research* dan *brainstorming*.

Hasil riset menemukan bahwa dalam konteks industri perhotelan dan pariwisata, dengan adanya begitu banyak pilihan tersedia, memilih merupakan sebuah masalah yang dapat memicu situasi yang disebut *choice overload* (Iskandar & Raja, 2023). *Choice overload* merupakan suatu kondisi di mana pikiran seseorang dihadapi oleh sejumlah pilihan yang disajikan, hingga titik di mana ia dirugikan secara kognitif dan afektif (Reutskaja et al., 2022). *Choice overload* ini dapat mengakibatkan seseorang mengalami *analysis paralysis*. *Analysis paralysis* merupakan suatu kondisi ketika individu atau sekelompok orang melakukan analisis secara berlebihan atau pemikiran berlebihan mengenai suatu situasi yang dapat menyebabkan gerak maju atau pengambilan keputusan menjadi "lumpuh" (Mae et al., 2022).

Setelah mengetahui fakta-fakta tersebut, akhirnya pada tahap *define*, yaitu mengumpulkan dan memilah informasi, kemudian ditemukan permasalahan utama pengguna dalam mencari hotel, yaitu *choice overload*. Untuk itu, penulis melakukan proses *research* lagi untuk mencari tahu solusi yang bisa mengatasi permasalahan *choice overload*. Tahap ini merupakan tahap *ideate* dalam proses *Design Thinking*. Dalam tahapan *ideate*, penulis menemukan bahwa *Search Result Page* (SRP) atau halaman hasil pencarian yang dipersonalisasi sesuai tipe *traveler* bisa menjadi solusi atas *choice overload* karena dengan demikian, hotel yang disajikan sebagai pilihan pada halaman SRP sudah dibatasi sesuai dengan kriteria

yang cocok dengan tipe *traveler* saja. Penelitian menunjukkan bahwa sistem yang dipersonalisasi dapat mempengaruhi *user experience* (Klock et al., 2020).



Gambar 3. Rangkuman

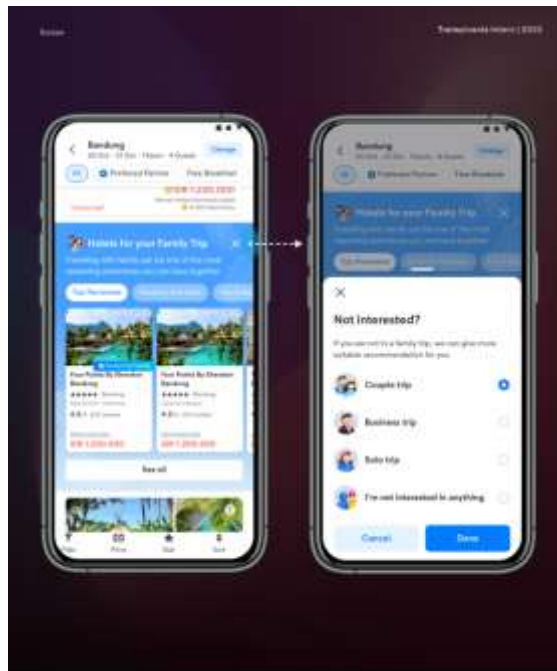
Gambar 3 merupakan rangkuman proyek yang penulis dan tim kerjakan. *Problem* atau permasalahannya ialah banyaknya waktu yang dihabiskan pengguna dalam mencari hotel yang sesuai dengan tujuan penginapannya. Hal ini terjadi karena pengguna merasakan *choice overload*, sebab banyaknya jumlah hotel yang direkomendasikan. *Challenge* atau tantangan proyek ini adalah bagaimana kami dapat membantu pengguna menghemat waktu berharga pengguna dan mencegah mereka kewalahan melalui personalisasi. Terakhir, *solution* atau solusinya adalah dengan memberikan SRP yang dipersonalisasi berdasarkan kategori pengguna.

Dengan demikian, kami sudah mengetahui bahwa personalisasi bisa membantu *choice overload* pengguna, maka langkah selanjutnya adalah melakukan ideasi desainnya. Pada tahapan ini, penulis sebagai *UX Designer* mulai merancang *wireframe* atau desain kasar dari ide yang akan dirancang. Gambar 4 di bawah ini merupakan salah satu contoh *wireframe* dari desain *Personalized Search Result Page* (SRP).



Gambar 4. Wireframe Desain

Setelah selesai ideasi, penulis kemudian meminta saran dan masukan dari rekan-rekan kerja, kemudian melakukan finalisasi desain. Tahap mengerjakan desain ini merupakan tahap *prototype* dalam *Design Thinking*.



Gambar 5. Fitur *Personalized Intercept Section* in SRP

Gambar 5 ini merupakan *entry point* berupa *intercept section* untuk menuju ke halaman *Personalized SRP*. *Entry point* diberikan ketika pengguna sedang menjelajahi *Search Result Page* (SRP) mereka. Pada bagian ini, pengguna juga diberikan *sense of control*. Jika pengguna tidak minat dengan rekomendasi *intercept section* ini, mereka dapat dengan mudah untuk tekan tombol *close* di sebelah kanan

atas. Pengguna pun ditawarkan pilihan untuk mengganti tipe *traveler* yang sesuai dengan dirinya atau jika pengguna sama sekali tidak tertarik, pengguna dapat memilih “*I’m not interested in anything*” yang artinya *intercept section* ini akan dihapus dari halaman SRP pengguna.



Gambar 6. Flow *Personalized SRP*

Gambar 6 merupakan *flow* dari rancangan desain *Personalized SRP*. Pengguna cukup untuk menekan tombol “*see all*” atau “*lihat semua*” untuk dapat melihat halaman *Personalized SRP* yang akan memuat rekomendasi hotel secara lebih lengkap.



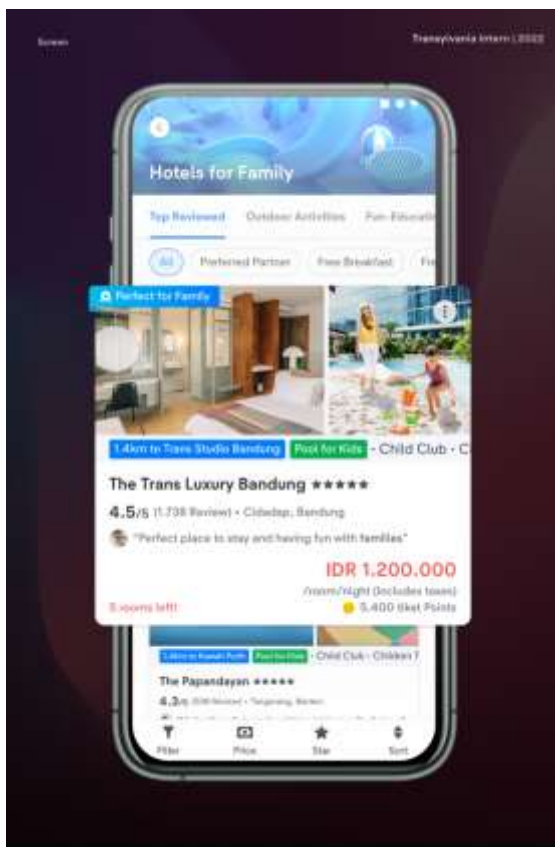
Gambar 7. Tampilan Halaman *Personalized SRP*

Gambar 7 menampilkan hasil desain UI/UX halaman *Personalized SRP* yang mengusung konsep personalisasi, di mana setiap halaman disesuaikan dengan tipe-tipe *traveler*, yaitu: *family*, *couple*, *solo*, dan *business*. Setiap tipe *traveler* akan mendapatkan rekomendasi hotel yang sesuai dengan kategorinya masing-masing.



Gambar 8. Tampilan Halaman *Personalized SRP*

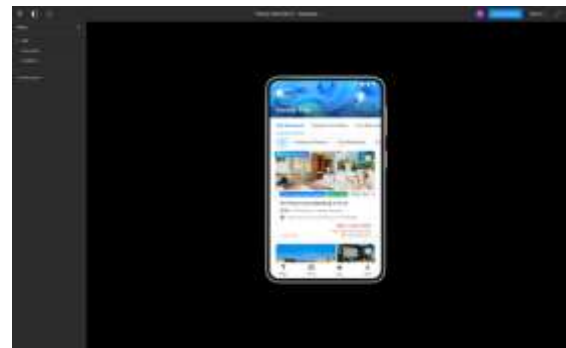
Gambar 8 ini merupakan detail halaman *Personalized SRP*. Halaman ini terdiri dari *header* yang menggambarkan tipe *traveler*. Kemudian, di halaman ini juga tersedia *filter* agar pengguna dapat memilih.



Gambar 9. Detil *Hotel Card* di *Personalized SRP*

Gambar 9 merupakan gambar dari *card* rekomendasi hotel yang diberikan. Informasi yang diberikan dan di-*highlight* untuk hotel rekomendasi *Personalized SRP* pun dibedakan dengan *card* pada halaman *SRP* umumnya. Pada desain personalisasi ini, informasi yang diutamakan adalah informasi mengenai fasilitas yang sesuai dengan tipe *traveler*. Misalnya, pada halaman *Personalized SRP* untuk tipe *family*, maka informasi yang ditampilkan adalah mengenai fasilitas taman bermain anak, kolam renang anak, dan lain sebagainya.

Penulis mengerjakan rancangan desain aplikasi untuk proyek *Personalized Search Result Page* ini dengan *tool* Figma. Selain mengerjakan *frame-frame* desain, penulis juga mengerjakan interaksi desainnya atau yang biasa disebut juga dengan *interactive prototype* yang dapat menjadi gambaran nyata atas desain sudah dikembangkan.



Gambar 10. *Interactive Prototype*

Gambar 7 merupakan *interactive prototype* dari desain *Personalized SRP* yang penulis kembangkan dengan menggunakan *tool* Figma. *Interactive prototype* ini digunakan sebagai simulasi bagaimana seorang pengguna dalam memakai fitur yang akan dikembangkan. Penulis sendiri menggunakan *interactive prototype* ini saat melakukan presentasi kepada *stakeholders*.

Setelah selesai mengerjakan *prototype*, idealnya, tahap selanjutnya yang dapat dilakukan ialah *usability*

testing. Pada metode *Design Thinking*, tahapan terakhir yaitu *test*. *Usability* adalah ukuran sejauh mana sebuah aplikasi dapat digunakan dengan efektif dan mudah oleh para pengguna (TEPE, 2022). *Usability testing* ialah sebuah metode riset yang dilakukan kepada pengguna untuk mengevaluasi apakah aplikasi yang telah dirancang telah memenuhi kebutuhan pengguna dan dapat digunakan secara efektif atau tidak (Kamińska et al., 2022). Namun, dikarenakan limitasi waktu dalam mengerjakan proyek, penulis belum sampai kepada tahap *usability testing*. Maka, langkah yang penulis lakukan ialah mendapatkan saran dari *Senior Designer*, *Head of Design*, dan *Product Manager* atas desain yang telah dirancang melalui presentasi. Secara keseluruhan, ide ini merupakan ide yang menarik, tetapi dari tim *Product Hotel* belum bisa memprioritaskan proyek ini untuk dikembangkan dalam waktu dekat dikarenakan banyak proyek mendesak lainnya yang harus lebih dahulu diprioritaskan.

Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan magang yang dilaksanakan penulis.



Gambar 11. Dokumentasi Pemangang Setelah Presentasi Proyek

Gambar di atas merupakan gambar penulis beserta pemangang lainnya. Beberapa di antaranya merupakan teman satu tim penulis dalam mengerjakan proyek desain *Personalized SRP*.

Simpulan

Tampilan desain interaksi (*user interface* dan *user experience* yang menarik dan menyenangkan dapat menciptakan emosi positif pengguna dan berujung dapat mempengaruhi performa bisnis dari sebuah aplikasi/website. Dalam rangka meningkatkan desain interaksi aplikasinya, tiket.com selalu berusaha untuk melakukan pengembangan desain dengan mengikuti kebutuhan pengguna.

Salah satu kebutuhan pengguna ketika menggunakan aplikasi tiket.com adalah kebutuhan untuk dapat memilih hotel di antara begitu banyak pilihan dengan mudah. Proses *Design Thinking* membantu proses *designer* dalam melakukan ideasi solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan pengguna, yaitu desain *Personalized Search Result Page*.

Berdasarkan hasil implementasi yang tim penulis lakukan, *Senior Designer* dan *Head of Design* menyatakan bahwa desain yang telah dirancang merupakan desain personalisasi yang menarik. Sistem personalisasi umumnya menggunakan data privasi pengguna dan tidak jarang hal tersebut menimbulkan rasa tidak aman pengguna dalam menggunakan aplikasi. Desain personalisasi yang penulis dan tim rancang tidak memerlukan data privasi pengguna, sehingga tentunya membawa sebuah keuntungan, baik itu bagi pengguna maupun bagi sisi perusahaan (tiket.com). Meskipun demikian, karena banyaknya prioritas lain yang lebih mendesak dan perlu dikerjakan terlebih dahulu, ide ini belum masuk ke dalam *list* proyek yang akan dikembangkan dalam waktu dekat.

Daftar Pustaka

Angelina, K., Sutomo, E., & Nurcahyawati, V. (2022). Desain UI UX Aplikasi Penjualan dengan Menyelaraskan Kebutuhan Bisnis menggunakan Pendekatan Design Thinking. *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 9(x), 70–78.

- <https://doi.org/10.38204/tematik.v9i1.915>
- Dam, R. F., & Teo, Y. S. (2018). What is Design Thinking and Why Is It So Popular? *Interaction Design Foundation*, 1–6. <https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular>
- Iskandar, R., & Raja, P. (2023). *Choice Overload: A Systematic Literature Review of Hospitality and Tourism*. 7(1), 11–27.
- Kamińska, D., Zwoliński, G., & Laska-Leśniewicz, A. (2022). Usability Testing of Virtual Reality Applications—The Pilot Study. *Sensors*, 22(4). <https://doi.org/10.3390/s22041342>
- Klock, A. C. T., Gasparini, I., Pimenta, M. S., & Hamari, J. (2020). Tailored gamification: A review of literature. *International Journal of Human Computer Studies*, 144(September 2019). <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102495>
- Mae, J. E., Christopher, R. F., Ruth Racho-Sabugo, C. S., & Author, C. (2022). An Analysis on the Impact of Choice Overload to Consumer Decision Paralysis. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 55–75. <https://doi.org/10.32996/jefas>
- Meke, K. D. P., Astro, R. B., & Daud, M. H. (2021). Dampak Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 675–685. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1940>
- 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.
- <https://doi.org/10.35877/jetech532>
- Reutskaja, E., Cheek, N. N., Iyengar, S., & Schwartz, B. (2022). Choice Deprivation, Choice Overload, and Satisfaction with Choices Across Six Nations. *Journal of International Marketing*, 30(3), 18–34. <https://doi.org/10.1177/1069031X211073821>
- TEPE, T. (2022). Students' Experiences and Usability Evaluation in Interactive Digital Interface Development Process. *Journal of Computer and Education Research*, 433–449. <https://doi.org/10.18009/jcer.1109158>
- Wijayanto Aripadono, H., Ardiansyah, M., & Kom, S. (2022). Analisa Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Minat Beli Online Travel Agent. *Journal of Information System and Technology*, 2(3), 77–90. <https://journal.uib.ac.id/index.php/joint/article/view/6341>
- Yang, J., Cao, C., Ye, C., & Shi, Y. (2022). Effects of Interface Design and Live Atmosphere on Consumers' Impulse-Buying Behaviour from the Perspective of Human–Computer Interaction. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127110>