

Analisis Kebutuhan Desain UI/UX untuk Restoran Makanan Sehat Grains of Glory

Caroline Heliawanto

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
01023190036@student.uph.edu

Ellis Melini

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ellis.melini@uph.edu

Diterima: Oktober, 2022 | Disetujui: November, 2022 | Dipublikasi: Februari, 2023

ABSTRAK

Saat ini kesibukan dan aktivitas yang padat menyebabkan banyak hal sudah dilakukan dengan serba mudah dan praktis. Hampir seluruh industri menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang ada untuk dapat mempertahankan bisnisnya. Melalui adanya kemudahan ini terjadi adanya peningkatan dalam pemesanan makanan secara *online* melalui aplikasi. Namun kebanyakan makanan yang dipesan secara *online* ini tidak dapat menjamin adanya kandungan nutrisi dan gizi yang seimbang bagi tubuh. Grains of Glory merupakan sebuah *brand* lokal yang menjual berbagai makanan sehat dengan kandungan gizi yang seimbang bagi tubuh. Grains of Glory juga berusaha untuk tetap memanfaatkan teknologi yang ada namun juga dapat ikut serta untuk mengajak dan memfasilitasi masyarakat untuk dapat memulai gaya hidup yang lebih sehat. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, Grains of Glory berencana untuk merancang aplikasi pemesanan makanan dengan basis *smartphone* dengan nama yang sama dengan nama *brand*. Untuk perancangan proyek ini digunakan metodologi milik Bruce Hanington dan Bella Martin. Saat ini penulis telah berada dalam tahap pengumpulan data melalui adanya wawancara dengan narasumber dan juga studi pustaka terhadap aplikasi-aplikasi yang sebelumnya telah dibuat oleh Ateria Group, perusahaan yang menaungi Grains of Glory. Melalui analisis ini diharapkan dapat membuat aplikasi pemesanan makanan sehat dengan fitur *nutrition counter* sesuai dengan kaidah UI/UX sehingga dapat membantu *brand* untuk mewujudkan tujuannya mengajak masyarakat untuk memulai gaya hidup yang lebih sehat.

Kata Kunci: Grains of Glory, *healthy food*, *usability*, *lifestyle*, UI/UX

PENDAHULUAN

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi, penggunaan aplikasi untuk pemesanan makanan semakin marak digunakan untuk mempermudah kehidupan masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan yang semuanya harus dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Melihat keadaan ini, banyak industri yang mulai menggunakan internet dan aplikasi *mobile* untuk menyajikan informasi dan memberikan kemudahan bagi masyarakat perkotaan (Payara & Tanone, 2018). Namun, melalui adanya berbagai kemudahan ini menyebabkan terjadinya berbagai masalah gizi akibat tidak didukungnya makanan dan gaya hidup yang sehat (Fadila, 2016).

Grains of Glory merupakan sebuah *brand* lokal untuk makanan sehat yang berdiri sekitar bulan Mei 2020 dan berada di bawah naungan Ateria Group. Sebelumnya, Ateria Group juga telah menaungi beberapa *brand* lainnya yang sudah jauh lebih sukses seperti SaladStop!, % Arabica, Meatsmith, dan REVIVE. *Brand* Grains of Glory ini juga merupakan satu-satunya *brand* di bawah naungan Ateria Group dengan *principal office* yang terletak di Indonesia, tidak seperti *brand* lainnya yang terletak di negara lainnya. Meskipun Ateria Group ini memiliki *brand* lain yang juga menjual makanan sehat seperti SaladStop!, Grains of Glory memiliki konsep yang sangat berbeda dan tidak berfokus pada penjualan dan promosi produk secara *hard selling*. Grains of Glory memilih untuk dapat mengajak masyarakat Indonesia khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan Jakarta untuk dapat memulai gaya hidup sehat.

Menurut Jacob Salomo selaku *brand manager* dari Grains of Glory, *brand* ini didirikan dengan melihat gaya hidup masyarakat perkotaan khususnya di wilayah Jakarta pada saat ini. Saat ini kebanyakan masyarakat perkotaan tidak dapat dipisahkan dengan gaya hidup yang instan dan praktis lantaran kehidupannya yang sudah cukup sibuk dan padat (Zuliatunis, 2019). Selain itu dari sisi urgensi, saat ini, industri telah mulai memanfaatkan berbagai teknologi dan memasuki fase dimana semua dituntut untuk mudah dan serba praktis. Banyak masyarakat perkotaan yang mengandalkan aplikasi pemesanan makanan secara *online*, namun tidak terjamin kebersihan, kualitas, dan gizi dari makanan tersebut. Sering kali masyarakat Jakarta juga merasa tidak bisa untuk dapat memulai gaya hidup dan pola makan yang lebih sehat karena terdapat adanya berbagai faktor. Faktor tersebut pada umumnya muncul pada masyarakat Jakarta yang bekerja dan memiliki aktivitas yang padat (Hartarti, 2016). Hal ini juga didasari atas kesulitan masyarakat Jakarta yang sudah memulai gaya hidup sehat, namun tidak memiliki waktu untuk memasak serta sulitnya untuk menemukan tempat yang menjual makanan sehat. Oleh karena itu, Grains of Glory juga membuka gerai mereka di kawasan padat dan sibuk seperti di Menteng, Kemang, dan pusatnya yang terletak di Senopati. Untuk *outlet* yang terletak di Senopati ini terdapat fasilitas *dine-in*, serta terletak di tengah-tengah wilayah perkantoran dan beberapa pusat kebugaran. Dengan rentang harga produk yang ditawarkan cukup mahal yaitu sekitar lima puluh ribu rupiah, maka target market yang dituju merupakan kalangan menengah ke atas di wilayah Jakarta (S. Jacob, *Marketing Director*, Agustus 14, 2022).

Alasan di balik adanya perancangan aplikasi Grains of Glory didasari pada observasi yang telah dilakukan pada beberapa masyarakat perkotaan di wilayah Jakarta, dimana terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pembelian produk makanan sehat (Cahyarani, 2018). Oleh karena itu, Grains of Glory memiliki rencana untuk dapat menyebarkan *awareness* dan mengajak masyarakat untuk memulai hidup yang lebih sehat melalui adanya aplikasi ini. Saat ini terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan Grains of Glory untuk mengajak masyarakat di kawasan Jakarta untuk merubah gaya hidupnya, seperti melalui adanya *event* yang mereka selenggarakan. Salah satu *event* yang telah diselenggarakan Grains of Glory adalah *event* lari pagi di kawasan Senopati dengan menyediakan adanya sarapan gratis. Perancangan ini juga didasari oleh adanya aplikasi Ateria Group yang telah dirancang, dimana narasumber menginginkan adanya rencana pembuatan aplikasi untuk tiap *brand* yang berada di bawah naungan Ateria Group. Rencananya dari sisi internal perusahaan, aplikasi Grains of Glory ini akan diluncurkan paling lambat sekitar tahun 2024 (S. Jacob, *marketing director*, Agustus 14, 2022).

Oleh karena itu, Grains of Glory berusaha untuk dapat memberikan kemudahan pada masyarakat perkotaan, khususnya yang tinggal di wilayah Jakarta untuk dapat memulai hidup yang lebih sehat melalui satu aplikasi. Aplikasi Grains of Glory direncanakan menjadi aplikasi dengan fitur *nutrition counter* yang menjadi solusi untuk dapat mengatur pola makannya menjadi lebih sehat. Grains of Glory memiliki misi agar dapat mengubah gaya hidup serta memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk hidup dengan lebih sehat. Untuk dapat memberikan kemudahan ini, Grains of Glory melakukan inovasi dengan

menggabungkan fitur yang terdapat pada aplikasi *nutrition counter* dengan aplikasi pemesanan makanan secara *online*.

Untuk dapat merealisasikan aplikasi tersebut, diperlukan adanya analisis menggunakan pendekatan *design thinking process* yang pertama kali dikemukakan oleh John E. Arnold untuk dapat memenuhi dan menyesuaikan kebutuhan dari *user*. Dalam makalah ini juga dilakukan analisis teori Pamala B. Deacon untuk mempertimbangkan desain UI dan UX. Melalui teori ini, kebutuhan perancangan suatu aplikasi dirancang untuk memenuhi kebutuhan *user* yang merupakan pengguna interaktif.

KAJIAN TEORI

Design Thinking

Design thinking merupakan sebuah teori desain yang berfokus pada penyelesaian masalah dan respon untuk dapat memenuhi kebutuhan *user*. Dalam teori ini, fokus utama dalam perancangan adalah *user* dan bukan berdasarkan perkembangan teknologi. Dibandingkan dengan hanya memprediksi kebutuhan *user*, teori *design thinking* berfokus untuk mengidentifikasi dan mengubah solusi dari permasalahan tersebut ke dalam *prototype*. Nantinya *prototype* ini akan test secara langsung kepada *user* untuk melihat apakah dapat menyelesaikan permasalahan *user* (Deacon, 2020).

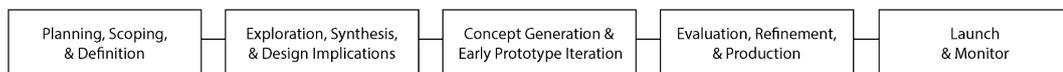
User Interface (UI) Design Elements

User interface memiliki kaitan yang erat dengan *user experience*, oleh karena itu perancangan desain pada umumnya akan melihat dan menganalisa *user* yang akan menggunakan produk tersebut. Menurut Deacon (2022), terdapat beberapa hal yang diperlukan ketika akan merancang desain sebuah produk yaitu: (1) *usability*, (2) *learnability*, (3) *efficiency*, (4) *memorability*, (5) *errors*, (6) *application/website navigation*, (7) *layout design*.

User Experience (UX) Design Principles

Berbeda dengan *user interface* yang perlu untuk diidentifikasi, dalam merancang *user experience* terdapat beberapa prinsip yang perlu dilakukan oleh desainer untuk akhirnya dapat memenuhi kebutuhan *user*. Prinsip ini merupakan kunci utama dalam perancangan *user experience*. Menurut Deacon (2022), prinsip-prinsip tersebut mencakup: (1) menemukan kebutuhan *user*, (2) mengetahui telah sampai mana proses desain, (3) penggunaan hierarki yang baik, (4) *accessibility and usability*, (5) *simple metaphor*, (6) *developing UX design*, (7) mengerti kebutuhan *user*, (8) *carrying out research*, (9) *sketching*, (10) *design*, (11) *implementation*, (12) *evaluation*.

METODOLOGI



Gambar 1 Bagan Metodologi Desain, Bruce Hanington dan Bella Martin
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Perancangan aplikasi untuk Grains of Glory ini menggunakan metodologi yang dikemukakan oleh Bruce Hanington dan Bella Martin. Hal ini dimuat dalam buku berjudul 'Universal Methods of Design', dimana dikatakan bahwa terdapat adanya 5 tahapan dalam proses untuk membuat sebuah desain yaitu: (1) *planning, scoping, dan definition*, (2) *exploration, synthesis, dan design implications*, (3) *concept generation dan early prototype iteration*, (4) *evaluation, refinement, dan production*, (5) *evaluation, refinement, dan production*. Saat ini penulis sedang berada di tahapan awal yaitu *planning, scoping, dan definition*, tahapan

ini merupakan tahapan pra-desain dimana penulis telah melakukan studi dokumentasi dengan mengumpulkan data-data mengenai *target market* serta kebiasaan konsumen melalui sosial media Grains of Glory.

Penulis juga telah melakukan wawancara dengan Jacob Salomo yang merupakan Marketing Director dari Grains of Glory dan juga SaladStop!. Selain itu, dilakukan juga observasi mengenai target market yang dituju untuk aplikasi ini. Observasi ini dilakukan dengan mengamati kebiasaan dan perilaku konsumen di salah satu *outlet* Grains of Glory yang terletak di Senopati. Untuk dapat lebih memahami calon *user* dengan lebih baik lagi, dilakukan survei untuk target market dari Grains of Glory yang merupakan pekerja kantor dengan tingkat ekonomi menengah keatas. Survei ini telah diisi oleh sekitar 50 orang untuk dapat mengetahui kebiasaan dan kebutuhan dari *target market*. Berdasarkan hasil analisis dilakukanlah *artifact analysis* dengan menguraikan dan memahami bagaimana unsur sosial, kebiasaan dan budaya dapat tersampaikan dari produk yang dirancang (Hanington & Martin, 2012). Dalam hal ini penulis berusaha untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan dari sisi *user* maupun *company* serta mempelajari isu-isu dari aplikasi maupun *website* yang sebelumnya sudah pernah dibuat dan dikembangkan perusahaan yang menaungi Grains of Glory, Ateria Group.

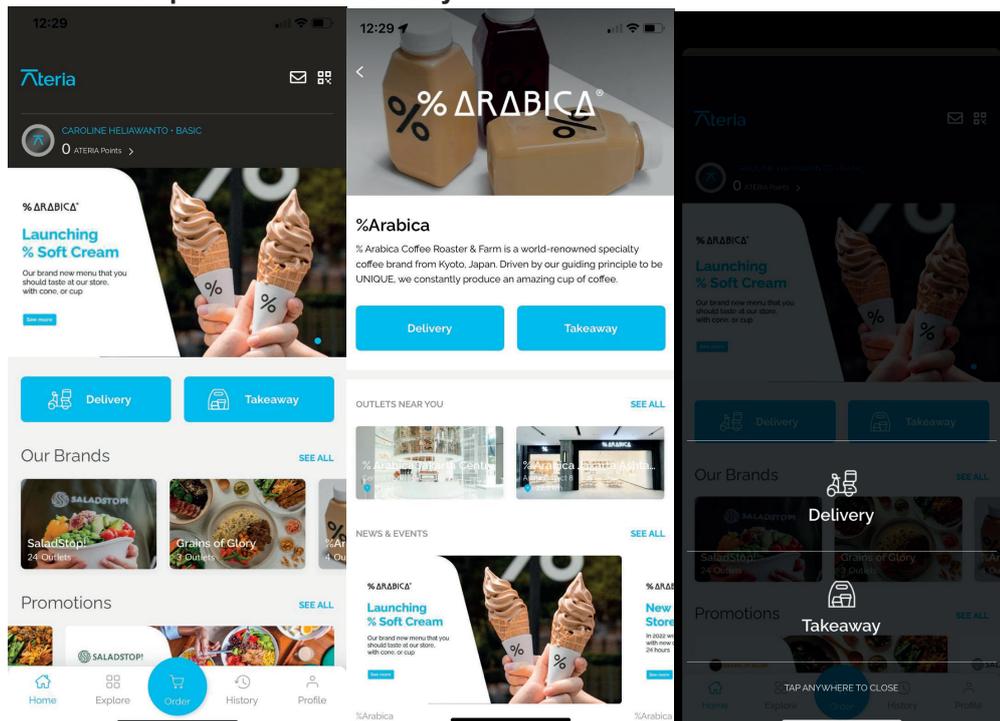
Menurut Deacon (2020), perancangan UI dan UX berfokus pada penyelesaian masalah untuk memenuhi kebutuhan *user*. Oleh karena itu dalam merancang aplikasi ini juga, diperlukan beberapa aspek lainnya seperti *consumer journey* atau *user testing* yang perlu diperhatikan sehingga tujuan dari perancangan aplikasi ini tercapai dengan optimal. Dalam proses ini akan melibatkan IT *Department* untuk perancangan dalam lingkup UX, sedangkan penulis akan berfokus pada perancangan desain UI dalam lingkup DKV.

PEMBAHASAN

Kebutuhan Perancangan Aplikasi

Grains of Glory *Mobile App* merupakan aplikasi pemesanan makanan dengan fitur *nutrition counter* yang dapat membantu dan mempermudah masyarakat Indonesia khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan untuk dapat hidup dengan lebih sehat. Hal ini didasari dengan melihat adanya masalah dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Tidak hanya dengan melihat aspek manfaat perancangan ini dari *user*, tujuan dari adanya aplikasi Grains of Glory bagi *brand* adalah untuk dapat memahami serta mengelola data valid yang diperoleh secara *realtime* atau langsung. Data tersebut nantinya akan digunakan untuk mengenal dan memahami konsumen. Dengan semakin dapat mengenal konsumen, tentunya *brand* akan terus berusaha untuk terus memenuhi dan memberikan kenyamanan pada konsumennya sehingga *brand* diharapkan dapat bertahan di *market* dalam jangka panjang. Terdapat juga urgensi yang menjadi dasar perancangan aplikasi Grains of Glory. Saat ini, industri telah mulai memanfaatkan berbagai teknologi dan memasuki fase dimana semua dituntut untuk mudah dan serba praktis. Saat ini bermunculan berbagai aplikasi untuk dapat memesan makanan secara *online*. Oleh karena itu, dengan melihat adanya gaya hidup masyarakat perkotaan yang memiliki kesibukan, Grains of Glory berencana untuk hadir dengan adanya fitur berupa *nutrition counter*. Grains of Glory juga berusaha untuk memfasilitasi user untuk dapat memulai hidup sehat dengan lebih mudah.

Desain UI/UX Aplikasi Grains of Glory

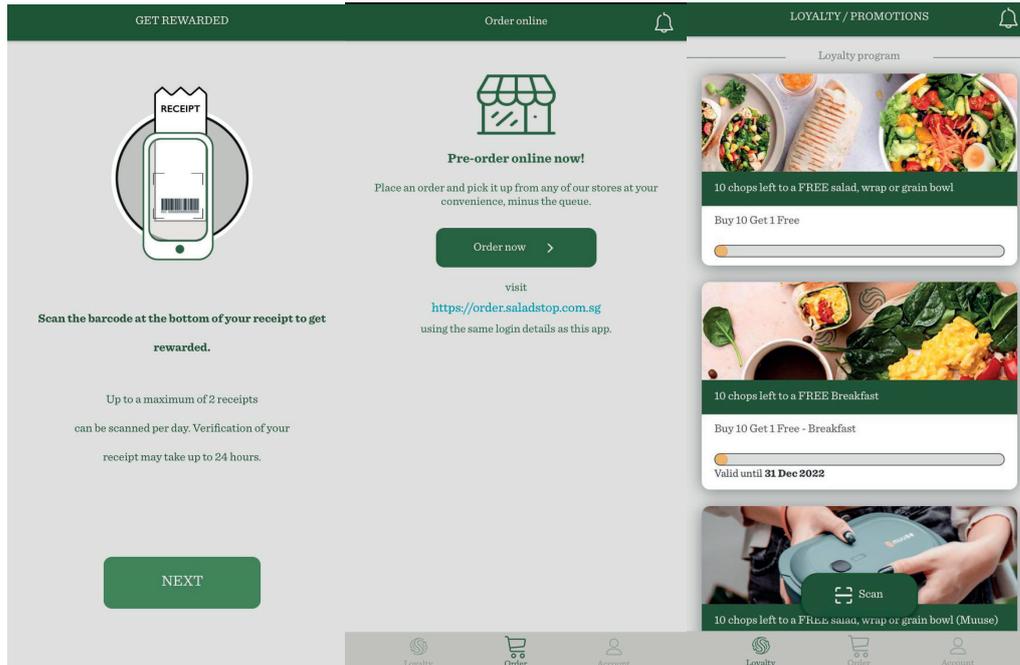


Gambar 4 Ateria Group Mobile App
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

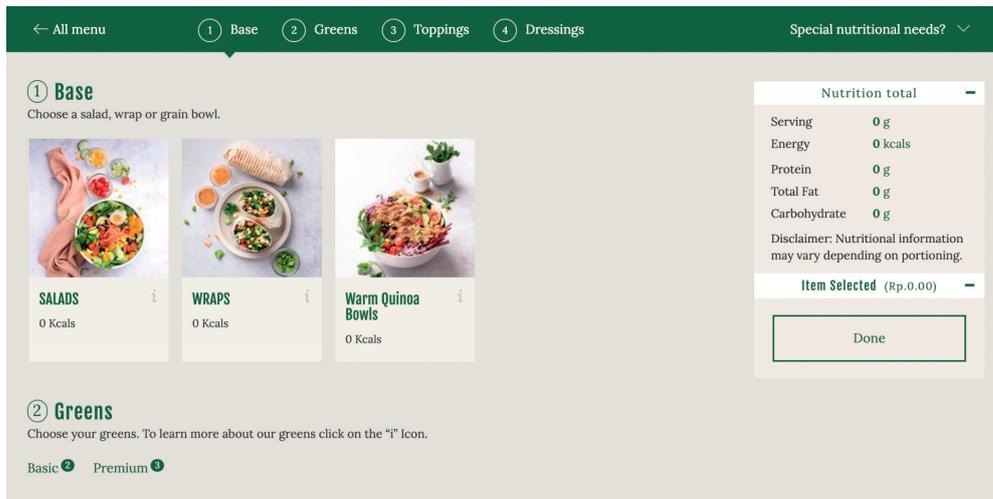
Setelah berfokus pada penjualan secara *offline* maupun menjadi *merchant* dari aplikasi pemesanan makanan, Ateria Group akhirnya memiliki aplikasi sendiri yang dirancang oleh tim internal perusahaan (S. Jacob, *Marketing Director*, Agustus 14, 2022). Saat ini aplikasi Ateria Group (Gambar 2) memiliki fitur yang tidak jauh berbeda dengan aplikasi pesan antar lainnya. Aplikasi Ateria Group merupakan aplikasi *loyalty* dan layanan pesan antar untuk seluruh *brand* yang berada di bawah naungan Ateria Group seperti Grains of Glory, SaladStop!, % Arabica, Meatsmith, dan REVIVE. Berdasarkan hasil percobaan yang telah dilakukan oleh perusahaan, aplikasi Ateria Group ini dinilai tidak berfokus pada satu *brand* dan masih tidak terlalu memiliki perbedaan dengan aplikasi pesan antar lainnya yang lebih familiar di kalangan masyarakat (S. Jacob, *Marketing Director*, Agustus 14, 2022). Hal ini menyebabkan aplikasi Ateria Group tidak memiliki keunikan tersendiri dalam sisi UX secara keseluruhan fitur layanan pesan antar pada aplikasi ini sudah dirancang dengan cukup baik dibandingkan dengan aplikasi SaladStop!. Dalam hal ini, fitur yang sama juga akan dicoba untuk diterapkan dan dikembangkan menjadi lebih baik pada rencana rancangan aplikasi Grains of Glory.

Desain UI/UX Aplikasi SaladStop!

Sebelum merancang aplikasi Grains of Glory, Ateria Group telah memiliki aplikasi lain dengan fitur yang mirip yaitu aplikasi SaladStop!. Aplikasi ini memiliki aplikasi tersendiri dengan fitur yang berbeda dengan aplikasi Ateria Group. Tidak hanya untuk memesan makanan, dalam aplikasi ini juga terdapat fitur *nutrition counter* khusus untuk menu *custom salad bowl*.



**Gambar 3 SaladStop! (a) Onboarding Page, (b) Order Order, (c) Loyalty Page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)**



**Gambar 4 SaladStop! Food Order Website Page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)**

Karena berada di bawah naungan yang sama yaitu Ateria Group, dilakukan analisis pada aplikasi SaladStop!. Pada aplikasi ini memiliki fitur untuk melakukan pemesanan makanan secara *online* dengan adanya fitur *nutrition counter* (Gambar 4), secara konsep mirip dengan rencana rancangan aplikasi Grains of Glory. Sayangnya fitur ini tidak dimasukkan ke dalam aplikasi melainkan dengan memberikan *link* yang mengarah pada *website* untuk melakukan pembelian.

Rencana Perancangan Aplikasi

Tabel 1 Daftar Rencana Fitur Aplikasi Grains of Glory (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Fitur Aplikasi	Keterangan	Basis Kebutuhan
<i>Onboarding Page</i>	Fitur <i>onboarding page</i> merupakan fitur yang akan muncul ketika <i>user</i> mendaftarkan diri dalam aplikasi. Pada <i>onboarding page</i> berisi beberapa panduan singkat untuk pengguna baru aplikasi.	Fitur ini digunakan oleh pengguna baru aplikasi sebagai panduan bagi <i>user</i> untuk mengenal dan mengetahui <i>value</i> yang akan didapat dari aplikasi tersebut
<i>Nutrition Counter</i>	Sama seperti SaladStop! namun langsung di dalam aplikasi dan tidak diarahkan ke <i>website</i> . Pada fitur ini akan terdapat detail dari jumlah <i>calorie</i> , <i>carbs</i> , <i>protein</i> , dan <i>fat</i> yang dibutuhkan oleh tubuh setiap harinya. Nantinya jumlah tersebut dapat berbeda pada setiap pengguna tergantung pada data diri dan <i>goal</i> yang ingin dicapai.	Penggunaan aplikasi ini mirip dengan <i>Healthy Lifestyle App</i> pada umumnya, namun pada fitur ini dapat otomatis mengurangi jumlah nutrisi harian sesuai dengan jumlah nutrisi pada makanan yang dipesan juga dari aplikasi Grains of Glory. Apabila <i>user</i> membeli dari tempat lain akan terdapat juga data mengenai jumlah nutrisi dari makanan-makanan yang umum di konsumsi. Melalui data ini <i>user</i> dapat melakukan input secara manual.
<i>Food Order</i>	Fitur <i>food order</i> pada aplikasi ini dibuat hampir mirip dengan aplikasi pemesanan makanan <i>online</i> lainnya. Pada fitur ini tersedia berbagai menu Grains of Glory yang dapat dipesan secara <i>online</i> .	Fitur ini dapat digunakan untuk memesan makanan dari <i>outlet-outlet</i> Grains of Glory secara <i>online</i> . Untuk pengantaran makanan dapat diantar oleh kurir yang berasal dari <i>outlet</i> maupun pelanggan yang dapat mengambil langsung pesannya di <i>outlet</i> . Tidak hanya dapat memesan menu yang tersedia saja, pada aplikasi ini juga dapat dilakukan <i>customized healthy bowl</i> dengan pilihan bahan yang telah tersedia.
<i>Loyalty</i>	Fitur <i>loyalty</i> ini akan dibuat menjadi bentuk poin yang harus dikumpulkan oleh user untuk nantinya memenuhi target poin dan memiliki <i>batch</i> yang lebih tinggi. <i>Batch</i> ini terdiri dari <i>bronze</i> , <i>silver</i> , <i>gold</i> , <i>platinum</i> dan yang tertinggi <i>diamond</i> . Untuk setiap tingkatan akan memiliki <i>benefit</i> promo yang berbeda-beda.	Untuk dapat naik tingkatan, user harus mengumpulkan poin sampai mencapai target tertentu. Poin ini dapat didapat dengan melakukan pemesanan makanan maupun mengikuti event maupun <i>campaign</i> yang diselenggarakan oleh Grains of Glory.

<i>Event</i>	Di dalam fitur ini berisi berbagai jenis <i>event</i> yang diselenggarakan oleh Grains of Glory. <i>User</i> dapat dengan bebas mengikuti <i>event</i> apapun yang diinginkan selama kuota peserta untuk <i>event</i> tersebut masih tersedia.	Pada fitur ini, dapat dilakukan untuk pendaftaran <i>event</i> . Nantinya melalui partisipasi dalam <i>event</i> ini akan mendapatkan <i>reward</i> berupa <i>redeem code</i> yang ketika ditukarkan akan otomatis menambah poin <i>loyalty</i> .
--------------	--	---

Melihat adanya kemampuan dari Ateria Group yang menaungi Grains of Glory untuk membuat aplikasi pemesanan secara *online* yang cukup sistematis, maka aplikasi Grains of Glory berencana untuk mengadaptasi fitur tersebut dan mengkolaborasikannya dengan fitur yang terdapat pada aplikasi SaladStop!. Pada aplikasi ini (Tabel 1), selain dapat memesan makanan sehat secara *online* melalui aplikasi namun juga dapat mengatur pola makan yang lebih baik dan teratur melalui adanya fitur *nutrition counter*. Mengingat *target market* dari pengguna aplikasi ini juga yang merupakan orang-orang dengan aktivitas yang padat, rencananya akan dibuat juga fitur tambahan berupa notifikasi yang berperan sebagai pengingat untuk memesan atau membeli makanan (S. Jacob, *Marketing Director*, Agustus 14, 2022). Diharapkan melalui adanya perancangan aplikasi ini dapat menyelesaikan permasalahan *user* dan mempermudah *user* untuk dapat hidup dengan lebih sehat. Saat ini tahap perancangan masih berfokus pada UX dimana masih terus melihat dan mengidentifikasi kebutuhan dari *user* yang dituju oleh Grains of Glory.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Simpulan

Aplikasi Grains of Glory merupakan aplikasi pemesanan makanan secara *online* dengan fitur tambahan berupa *nutrition counter*. Tujuan dari dirancangnya aplikasi ini adalah untuk mempermudah *user* dalam menjalankan gaya hidup yang lebih sehat. Dampak lainnya yang diharapkan dari perancangan ini adalah adanya peningkatan penjualan dari Grains of Glory. Oleh karena itu, dilakukan adanya studi kasus menggunakan teori *design thinking* dengan melihat aplikasi-aplikasi yang sebelumnya telah dibuat oleh Ateria Group yang menaungi Grains of Glory. Secara keseluruhan kedua aplikasi yang telah diluncurkan oleh Ateria Group memiliki fitur-fitur yang dapat menjawab permasalahan *user* sehingga aplikasi ini dapat digunakan sebagai acuan dengan melihat masukan dan pengalaman dari *user* sebelumnya.

Rekomendasi

Untuk dapat meningkatkan tampilan *experience* dan juga *interface* dengan lebih konsisten, komprehensif, dan kohesif perlu dilakukan adanya observasi langsung pada objek penelitian dengan mempertimbangkan permasalahan dan kebutuhan pengguna, maka demikian dapat dihasilkan *prototype platform* yang lebih baik. Dalam melakukan observasi juga, diperlukan adanya kelengkapan data dari masalah yang sedang diangkat. Selain itu, keterbatasan waktu juga merupakan hal yang sangat krusial dalam proses pengumpulan data, sehingga dalam hal ini narasumber yang dikenal sebaiknya memiliki wawasan yang luas terkait masalah yang akan diteliti. Diperlukan juga adanya kerja sama dengan tim internal IT untuk melakukan diskusi terkait rancangan UX karena dalam lingkup DKV perancangan akan berfokus pada perancangan desain UI.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyarani, Inas. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Retrieved from <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/12921/12463>

Deacon, Pamala B. (2020). *UX & UI Design Strategy: a Step By Step Guide on UX and UI Design*.

Fadila, Ila. (2016). Relasi Perilaku Sedentari, Gizi Lebih, dan Produktivitas Kerja Masyarakat Perkotaan. *Universitas Terbuka*, 1(1), 59–75 . Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/198235636.pdf#page=70> ,

Grant, Will. (2018). *101 UX Principles*. edited by S. Jain, D. Shakeshaft, R. Atitkar, J. Lovell, and N. Shetty. Birmingham. *Packt Publishing*.

Hanington, Bruce & Martin, Bella. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. *Rockport Publishers*

Hartari, Ariyanti (2016) . Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan dan Pengaruhnya Terhadap Kesehatan. *Universitas Terbuka*. 1(1), 29–58 . Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/198235636.pdf#page=40>

Payara, G. R., & Tanone, R. (2018). Penerapan Firebase Realtime Database Pada Prototype Aplikasi Pemesanan Makanan Berbasis Android. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(3), 397–406. Retrieved from <https://journal.maranatha.edu/index.php/jutisi/article/view/1476>

Zuliatunis, Ima. (2019). Gaya Hidup Serba Instan Generasi Milenial. *Kompasiana*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/imazuliatunis/5d1a4047097f3619a061aa52/gaya-hidup-serba-instan-generasi-milenial>